

**MIÉRCOLES, 5 DE ABRIL DE 2023****TOROS**

Pablo Romero, director de Contenidos de Mundotoro TV: "Por el momento los toros sólo se verán en móviles y ordenadores" (ABC)

Pablo Romero, director de Contenidos de Mundotoro TV: "Le hemos pedido a Movistar+ que comparta con nosotros su magnífica videoteca" (ABC)

ORIGINALES / FICCIÓN**SENTIMOS LAS MOLESTIAS**

Antonio Resines, un tipo (no tan) corriente (FOTOGRAMAS)

EL HIJO ZURDO

¿Qué es lo normal? Tráiler de 'El hijo zurdo' (El Séptimo Arte)

Tráiler de la serie 'El hijo zurdo', el thriller de Rafael Cobos con María León que pasará por Cannes (Cine con Eñe)

El 27 de abril se estrena la única miniserie española que competirá en el próximo Festival de Series de Cannes: descubre 'El hijo zurdo' con el tráiler en exclusiva (Sensacine)

'El hijo zurdo', la nueva serie de María León, estrena trailer oficial (Cultura en Serie)

"El hijo zurdo": María León, los cabezas rapadas y un hijo algo díscolo (Zeleb TV)

DEPORTE Y TV

Liberty Media y Dorna Sports estudian celebrar un Gran Premio conjunto de F1 y MotoGP en España (2PlayBook)

El Real Madrid se persona en la causa Barcelona-Negreira como "entidad ofendida y perjudicada" (El Mundo)

Josep María Bartomeu considera demandar a Javier Tebas (La Vanguardia)

Laliga se plantea arrebatarle el arbitraje a la RFEF y estudiar fórmulas parecidas a la Premier o la ACB (El Mundo)

Sky se impone a DAZN y se hace con los derechos de la English Football League (Digital TV Europe)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

El socio de Telecinco admite la inyección de 600.000 euros y la Auditoría de RTVE pide explicaciones (ABC)

De los 7,8 millones de euros por 'Cover Night' a los 5,6 de 'El Conquistador': el coste de los programas de TVE (El Economista)

Plataformas y productoras, con los coordinadores de intimidad: "Nadie duda cuando un actor pide un doble de acción" (Kinótico)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Disney mantendrá la exclusiva de franquicias clave como Marvel, Disney, Pixar o Star Wars, pero volverá a compartir contenido con terceros (Cveintiuno, TTV News)

Amazon Studios: grandes cambios obstaculizados por la confusión y la frustración (Variety)

¿Qué se necesita para que el público vuelva al cine? (Vanity Fair)

Warner Bros. Discovery quiere producir una serie de televisión de "Harry Potter" (Variety)

Apple y Sony preparan el estreno en cines del 'Napoleón' de Ridley Scott el Día de Acción de Gracias (The Hollywood Reporter)

Estado de los canales FAST en inglés a lo largo del mundo (Variety VIP+)

El metaverso se desinfla frente a la Inteligencia Artificial, según los movimientos de Disney, Meta y Microsoft (Reason Why)

MOVISTAR PLUS+

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

La T2 de "El limpiador" se estrenará el 11 de mayo en Movistar Plus+ (VARIOS)

"Un espía entre amigos", en Streaming+

Movistar Plus+ estrena estos 5 nuevos canales para este mes (Adslzone.tv, Mundoplus.tv)

El documental 'Kiko Veneno: Un día Lobo López' llega a Movistar Plus+ (Mercadeo Pop)

Arranca el Masters de Augusta en Golf por M+ (VARIOS)

ORIGINALES / ENTRETENIMIENTO

SHOWRIANO

'Showriano', el espectáculo musical de Eva Soriano en Movistar Plus+ que peca de caos e improvisación (Vertele)

Eva Soriano llama "gilipollas" a Shakira y a Georgina y se queda tan ancha (EsDiario / Chismógrafo)





Pablo Romero

Director de contenidos de Mundotoro TV

«Por el momento los toros sólo se verán a través de móviles y ordenadores»

► Mundotoro TV arranca este Domingo de Resurrección sus retransmisiones sin haber alcanzado acuerdo con ningún operador televisivo

JESÚS BAYORT
SEVILLA

La nueva plataforma audiovisual del mundo de los toros debutará en directo este próximo Domingo de Resurrección tras hacerse con los derechos televisivos de Sevilla, Madrid y Valencia. Anunciaron «acuerdos avanzados» con Vodafone y Orange, aunque por el momento no han cerrado ninguno de ellos. —Vamos a empezar por presentarle: ¿quién es Pablo Romero?

—Llevo en el mundo de la distribución televisiva desde los años 90. Pasé por Canal+, fui director de programación de Digital+ y después lancé Yomvi, que fue la primera OTT —contenido audiovisual que se distribuye a través de Internet sin conexión por cable— de este país. Ahora estoy sumergido en conseguir un producto taurino interesante las veinticuatro horas. Por ejemplo, esta mañana hemos firmado un acuerdo con Televisión Española para poder ofrecer la serie Juncal.

—Imagino que tendrán previsto más contenido aparte de Juncal.

—Con Televisión Española vamos a recuperar la versión del archivo cinematográfico. Estamos hablando con Enrique Cerezo (presidente del Atlético de Madrid y propietario de la plataforma FlixOlé) para ofrecer una buena videoteca a la gente. También hablamos con televisiones públicas como Telemadrid, Canal Sur y Castilla la Mancha. Queremos asociarnos y colaborar con ellas. Que puedan emitir nuestros resúmenes y que nosotros contemos con sus archivos.

—¿Qué supone eso del archivo de TVE?

—De momento lo fácil son sus producciones de ficción. Hemos preguntado por sus corridas históricas, pero es difícil identificar los derechos. También estamos hablando con Tendido Cero para ver si podemos hacer programas en común. Le hemos pedido a Movistar, que heredó el archivo de Canal+, que nos comparta su magnífica videoteca para incorporar festejos célebres, documentales y entrevistas históricas.

Apartan a Ignacio Díez de la Cortina

Fue el rostro visible de este nuevo proyecto televisivo durante la presentación de los carteles de la temporada taurina de Sevilla, cuando declaró en este periódico que el sevillano José María Garzón «es el mejor» de los empresarios y anunció acuerdos con plazas de toros que horas más tarde desmintieron los respectivos organizadores. Durante el arranque de Mundotoro TV —estos dos últimos meses— ha ejercido como portavoz de la compañía, presentándose como «director general de Onetoro». Según explican fuentes internas, seguirá como «socio capitalista».

cas. Todo eso no gustaría incluirlo en nuestra programación.

—¿De verdad cree que Movistar estaría de propuesta después de todo lo que ha pasado?

—Sería bueno preguntarse qué es lo que ha pasado. Si el corazón de Movistar está en la fiesta, seguro que sí. Quiero pensar que encontraremos los equilibrios para construir algo valioso. Venimos a sumar.

—Faltan cuatro días para Resurrección, ¿en qué fase están la plataforma y los acuerdos con las distribuidoras?

—Mundotoro TV iniciará sus emisiones con todos los honores en la Maestranza. Los toros jugarán ahora de tú a tú con las industrias del entretenimiento, como el cine con Netflix y el fútbol con Dazn. Recuerdo que cuando lanzamos Canal+ todos veían como una locura que se incluyeran los toros dentro de un proyecto tan moderno. Aquello ha durado más de veinte años. Ahora todo es distinto. Ya no hablamos de espectador, sino de usuario; ya no

hablamos de televisión, sino de dispositivos; ya no hablamos de un mercado local, sino global. Tratamos de posicionar a la tauromaquia como vertebra cultural de una sociedad que palpita y que vive muy fuerte. Nuestra ventaja es que todos los que estamos involucrados sabemos cómo hacerlo.

—Manzanera (padre) bromeaba en el patio de cuadrillas con que le hubiera gustado entrenar media hora más. ¿Hubieran agradecido un receso para arrancar de otra manera?

—Debemos ser honestos y dirigirnos al respetable con total transparencia. Ya nos gustaría estar en Orange, Vodafone y Movistar. Nos hemos dirigido directamente a ellos y los hemos invitado con todas las facilidades porque creemos que lo más importante es la distribución. Si no llegamos a la gente, este proyecto no será un éxito. Aunque le digo que no necesitamos media hora, sino que tenemos todo el futuro por delante. Hay que tener en cuenta que es difícil que empresas así se comprometan directamente con la fiesta porque, cuando menos, da opción a la polémica. No queremos que todo el mundo sea protaurino, pero planteamos una propuesta sobre lo que si somos expertos: la distribución y la producción, con la mejor calidad posible. El equipo de David Casas y Víctor Santamaría garantiza el respeto y la integridad de la fiesta, con toda la innovación de la tecnología y con todo el criterio periodístico.

—Le han ofrecido a figuras del toro formar parte del capital de la empresa con aportaciones de 100.000 euros. Ellos no han aceptado, pero en el caso de que lo hubieran hecho, ¿dónde quedaría ese «criterio periodístico»?

—La motivación de hacer partícipes del proyecto a toreros y empresarios taurinos tiene que ver con un espíritu colaborativo.

—También se le está ofreciendo participar a muchos empresarios y personajes pudientes de Sevilla, e incluso de Ubrique. No me puede negar que eso transmite una sensación de extrema necesidad económica.

—No me siento cómodo hablando de temas de la empresa. Preferiría que esas preguntas se las haga a Moritz (CEO de la plataforma). Pero sí que le digo que no estamos buscando dinero desesperadamente. De un taconazo se levanta el dinero suficiente como para poner esto en marcha. El proyecto no tiene dobleces.



—La pregunta del millón: ¿el domingo dónde se podrá ver la emisión?

—A través de 'Mundotoro.tv', donde te puedes abonar a través de tres modalidades: por corrida, por mes o por año (9,99 euros, 14,99 euros y 149,99 euros, respectivamente). De momento se podrá ver a través de teléfonos móviles y ordenadores. Próximamente estará disponible a través de televisiones conectadas. Aun así, si la televisión tiene menos de cinco años, permite que se enlace con el teléfono o el ordenador a través de la función 'de espejo'. Es una manera de conectar los dispositivos con la televisión para que se reproduzca lo mismo que se está viendo. También hay la opción de conectar el ordenador con la televisión a través de un cable. Sé que todo esto es difícil.

—Dijeron que habría una aplicación para 'smart tv'. ¿Qué ha pasado?

—Esta mañana (por ayer) hemos estado hablando con LG y Samsung. Ambas están validando sus aplicaciones. Esperamos que puedan estar para el día 9 (Domingo de Resurrección), pero nuestro objetivo final no es ese día 9, sino que miremos más lejos. Hay que tener mirada larga y no se debe ser excesiva-



Pablo Romero fue directivo de Canal Plus y Digital Plus durante más de veinte años // JUAN JOSÉ ÚBEDA

to, ¿sigue el sevillano Ignacio Díez de la Cortina?

—Sigue en Onetoro, pero esto es una marca comercial.

—¿Y en Mundotoro Tv?

—No.

—Otro de los anuncios fue la compra del portal Mundotoro, ¿es así?

—No. 'Mundotoro.com' seguirá con su proyecto editorial de siempre con Carlos Ruiz Villasuso al frente, mientras que 'Mundotoro.tv' será un satélite de Mundotoro con vida propia. Es una entidad societariamente al margen, aunque con un vínculo e interés común. Tenemos un acuerdo con ellos para incorporar un 'banner' (formato publicitario de Internet) en la parte superior de su web para que la transferencia en los dominios sea mucho más fácil.

—¿Y el organigrama de Mundotoro TV cuál es?

—Moritz Roever como CEO, David Casas como responsable editorial, Víctor Santamaría como director de realización y yo en la distribución.

—David Casas estuvo acompañado por Domingo Delgado de la Cámara en la novillada 'de prueba' de Las Ventas. Por Sevilla hablan de Fernando Cepeda y Dávila Miura como narradores. ¿Qué hay de cierto?

—Lo anunciaremos entre mañana y pasado. Forman parte de una confusión que no estamos nada contentos de haber construido. La expectativa es enorme. David tendrá una enorme lista de comentaristas que estarán a su lado.

—Díez de la Cortina avanzó que se transmitirían todas las plazas de Carlos Zúñiga y de José María Garzón, aunque después los empresarios lo negaron. También se conoció el acuerdo con las plazas de Huelva y Mérida. ¿En qué queda todo aquello?

—De momento podemos decir que tenemos Sevilla, Madrid y Valencia.

—La semana pasada grabaron recursos en la Maestranza para las previas de los festejos. Además de los matadores anunciados en el sexteto del 16 de abril estuvieron algunos novilleros. ¿Quiere eso decir que darán las novilladas del abono?

—Tenemos quince festejos concertados para Sevilla, aunque el contrato es para toda la temporada. Esto quiere decir que hemos diseñado y contratado unidades móviles y comentaristas para quince días. Después iremos viendo qué hacer con lo siguiente.

—Lo que sí tienen atado y parece un 'pelotazo' es el acuerdo con Mediapro para la producción del contenido.

—Es el líder en el sector audiovisual a nivel europeo en retransmisiones deportivas y en la factoría de entretenimiento. Haber conseguido que se vincule al proyecto con sus recursos de producción es una garantía de que vamos a tener a los toros en la primera división internacional del entretenimiento.

mente miope con este proyecto. Vamos justitos, pero llegaremos. Si no es el 9 será el día 16 (corrida de los seis toreros), y si no el 19. Esperamos que también lleguen los acuerdos con Vodafone y Orange.

—También anunciaron «acuerdos avanzados con Vodafone y Orange». De hecho, la plataforma naranja llegó a concederles el dial 169 y comenzó su emisión «en pruebas». Ya no está disponible, ¿por qué?

—Nos habían dado permiso para comunicarlo. Movistar, por su parte, no quiso. Ya estaremos en Orange y en Vodafone cuando resuelvan cuestiones internas y se decidan. Y con Movistar igual, porque tenemos muchos puntos en común. Todo irá encajando, de verdad.

—De momento, tendrán que 'salvar' el producto exclusivamente con clientes digitales. ¿Podrán?

—Antes del 9 de abril superaremos los 10.000 abonados. Nuestro objetivo es llegar a San Isidro con 50.000 usuarios. La arrancada está siendo brutal. En el caso de que tuviéramos que ir a pulmón, con diez mil ya nos colocamos a las puertas de conseguir los objetivos. Sabemos que habrá problemas de acceso y que

hubiera sido más fácil de la mano de los grandes operadores, pero no pasa nada. Terminará siendo el gran éxito digital que necesita el mundo taurino. Tenemos cuatro mercados principales: España, donde tendremos el 70 por ciento del mercado; Francia, que estaremos en Nîmes, Arlés, Bayona y Mont de Marsan; Portugal, que tenemos avanzados acuerdos con operadoras importantes; y la sorpresa no es México, cuya tradición es evidente, sino Estados Unidos, que representa una oportunidad importante por los americanos de segunda generación mexicana de Nueva York, Chicago y California.

—¿Se arrepienten de tantos pasos en falso?

—Me arrepiento de muchas cosas, pero he de decir que hemos sido muy cuidadosos. El objetivo es viable con la distribución digital, pero no vamos a escatimar. Queremos llegar a todos los sitios y estamos dispuestos a adaptarnos. —Usted es el encargado de negociar con las plataformas de distribución, pero ¿quién negocia con el entramado taurino?

—Moritz Roever.

—¿Acaso han apartado del proyecto a

Quince corridas

«Aunque el contrato es para toda la temporada, sólo hemos previsto los primeros quince festejos»

Liquidez

«El ofrecimiento para que los toreros formasen parte del capital responde a un espíritu colaborativo»

Ignacio Díez de la Cortina?

—Si me permite, aquí Onetoro no es lo importante. Esto es Mundotoro TV.

—Pero Díez de la Cortina se presentó en la Maestranza cargado de dossieres de 'Mundotoro TV'.

—Ahora el peso de la operación está en hacer un buen producto y llegar a los espectadores. La gestión de los tiempos se está haciendo conforme al desarrollo del proyecto.

—No se me vaya por la tangente. Insis-



Pablo Romero

Director de One Toro

El hombre de los toros por la tele

Tras el cierre de Canal Toros por parte de Movistar, la plataforma One Toro se ha hecho con los derechos para la retransmisión de las corridas. Pablo Romero será el responsable de este nuevo canal, aún con muchas incógnitas a las que hace frente el director en una entrevista a ABC. Lo que sí está garantizado es que habrá televisión el Domingo de Resurrección en Sevilla.



Cinefilia

ENTREVISTA

ANTONIO RESINES UN TIPO (NO TAN) CORRIENTE

Heredero de actores icónicos que han reflejado al español medio, estrena la comedia **'De Caperucita a loba'**, en el papel de padre despistado ante las audacias de su hija. Lo veremos también en **'En temporada baja'** y en lo nuevo de **'Sentimos las molestias'**. Por Juan Pando.

▶ En 2024 hará 45 años que empecé en esto, reflexiona Antonio Resines (Torrelavega, 1954) al echar la vista atrás. **Tenía entonces 24, y coincidiendo con esa celebración cumpliré 70.** Con más de un centenar de films en su haber, este hombre que jamás se planteó ser actor, es uno de los rostros más populares y queridos de nuestro cine y televisión. Lo más sorprendente es que desde aquel primer día no le ha faltado el trabajo; aunque nunca ha ido a un casting **—No sabría explicar cómo ha sido posible, dice—** ni ha tenido representante: **Lo que sí sé, y se lo digo a ellos, es la pasta que me ha ahorrado sin uno.**

En su carrera hay pocas directoras, ¿cómo ha sido rodar **'De Caperucita a loba'** con Chus Gutiérrez? Con Chus ha sido todo muy fácil. Es muy divertida y nos conocemos mucho porque tenemos amigos en común. En cuanto a las directoras es que antes no era como ahora, no había apenas. Aun así, he trabajado, que recuerde, con Gracia Querejeta; Ana Belén, en la única película que ha dirigido; Clara Martínez-Lázaro; Ana Murugarren, y Alauda Ruiz de Azúa, que acaba de ganar el Goya por **'Cinco lobitos'**, y de la que protagonicé su corto **'Lo importante'** (2006).
Hay química en pantalla con Elena Irureta y Marta González de Vega, su mujer e hija en la ficción. Marta está muy bien y con Elena, con quien hice la serie **'Ciega a citas'**, me lo paso siempre genial. Me hace mucha gracia y es una actriz estupenda. El personaje de Irureta no piensa en otra cosa que en la cirugía estética, ¿no le tienta recurrir a ella?

Para nada. Conozco a alguno, no voy a dar nombres, que se ha puesto pelo y, ¿qué puedo decir? Si hubiese sido eficaz hace 30 o 40 años, como parece que lo es ahora, me lo habría pensado, pero ya me da igual. Si calvo me ha ido bien, con pelo no quiero ni imaginar lo que sería.
Estrena ahora, también, la comedia **'En temporada baja'** y la segunda entrega de **'Sentimos las molestias'**. David Marqués, el director de **'En temporada baja'**, me ofreció un papel más de característico, pero me gustó tanto el guion que le pedí hacer el protagonista. Me contestó que le parecía estupendo, que no se había atrevido a ofrecérmelo. Encarno a un jeta impresentable y me lo pasé muy bien interpretándolo con Edu Soto, Fele Martínez, Coque Malla y Rosana Pastor. De **'Sentimos las molestias'** me gustó mucho la primera temporada, pero creo que esta segunda es mejor aún. Con Miguel Rellán y Fiorella Faltoyano se trabaja de maravilla, y se incorpora ahora al grupo Manuel Galiana, que nos embarca en un par de aventuras. Creo que está también al caer la serie **'4 estrellas'**, en la que tengo una colaboración especial.
Por si fuera poco, tiene en cartelera **'El hotel de los lios'**, de Ana Murugarren, y acaba de rodar dos comedias más, **'Matusalén'**, de David Galán Galindo, y **'Alimañas'**, de Pep Antón Gómez y Jordi Sánchez. ¿No le preocupa una posible sobreexposición, 'quemarse'?
Eso no es así. Quienes se queman de verdad, dedicándose a esta profesión, son los que no existen.
Alguna vez se ha definido como 'un actor resultón'. Sí, 'apañado'. No soy un grandísimo actor, pero las cosas que me ofrecen no implican demasiada complejidad, y sé hacerlas de un modo decente.
Me llaman por eso. →

'DE CAPERUCITA A LOBA'

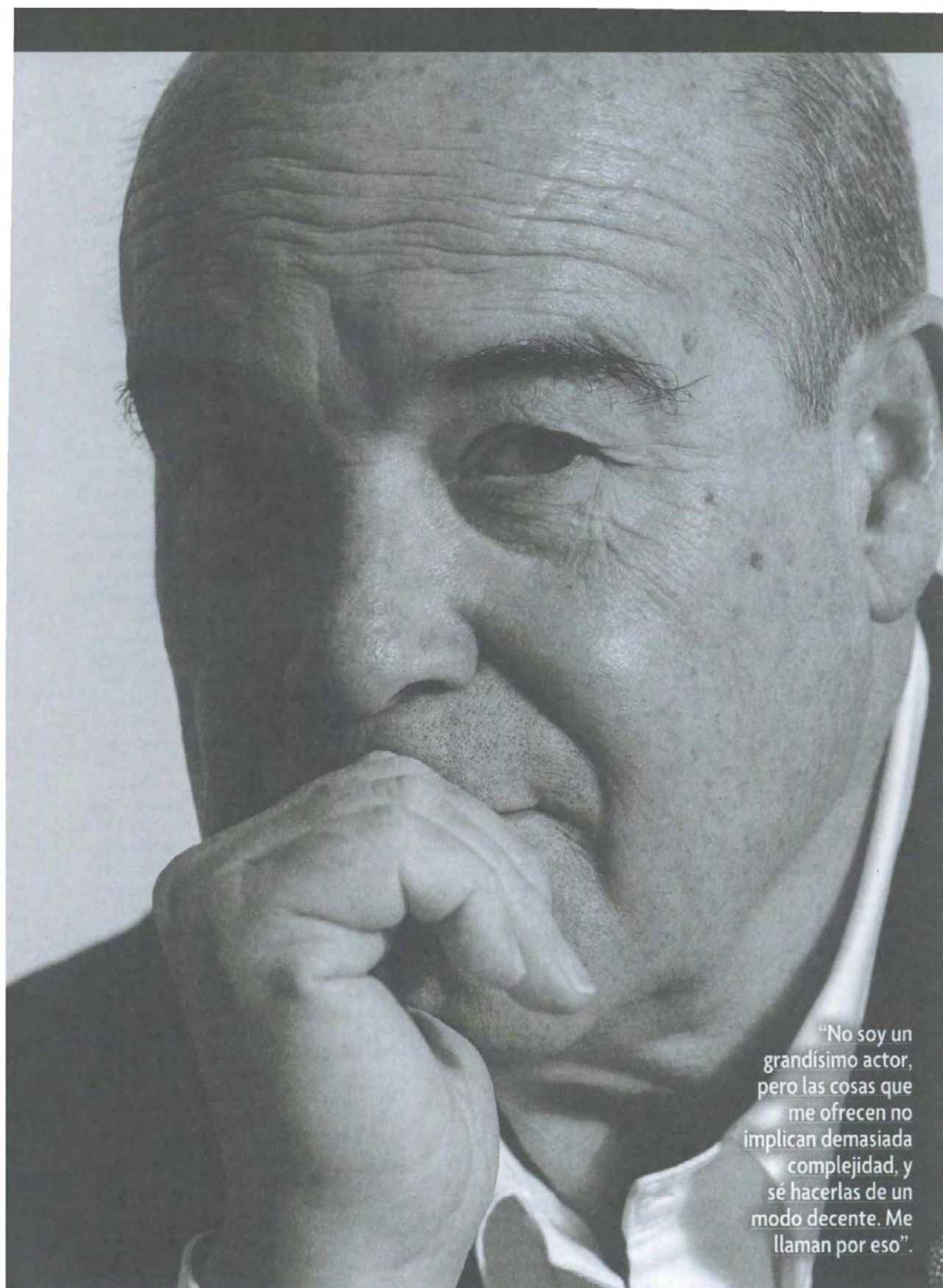
La vida de Marta da un giro cuando decide abandonar su papel de víctima en las relaciones sentimentales y empieza a reirse de sí misma en cada situación patética en la que la pone el amor. Quienes la rodean dudan de que su método la ayude a encontrar al hombre perfecto. Protagoniza Marta González de Vega, autora también del guion (ver el Fotomatón en este número), y dirige Chus Gutiérrez, con un reparto que reúne a Berto Romero, David Guapo, Jose Mota, Martita de Graná, Antonio Resines, Elena Irureta y Santiago Segura, con cameos, entre otros, de Josele Román. Es sorprendente la escena en la que Marta pasea por la Gran Vía madrileña montada en un unicornio.

ESTRENO: 5 ABRIL

De Caperucita a loba (Esp., 2023, 93 min.). COMEDIA.



Foto: Luis Álvarez



“No soy un grandísimo actor, pero las cosas que me ofrecen no implican demasiada complejidad, y sé hacerlas de un modo decente. Me llaman por eso”.



CINEFILIA # ENTREVISTA



PARTICULARÍSIMO

1. Antonio Fernández Resines nació el 7 de agosto de 1954, en Torrelavega (Cantabria). En la foto, con siete años. 2. Practicó el 'rugby' en la universidad. 3. Con Óscar Ladoire en 'Ópera prima' (1980), de Fernando Trueba, su primer largometraje. 4. Fue el hijo de Luis Ciges en 'Amanece, que no es poco' (1989), título de culto de José Luis Cuerda. 5. Ganó el Goya por 'La buena estrella' (1997). 6. Su único hijo, Ricardo, que conmovió a España con su llanto de emoción cuando su padre le dedicó, al recogerlo, el 'cabezón', nació en 1983, fruto de su matrimonio con Marisol de Mateo. 7. La serie 'Los Serrano' le valió, en 2004, su tercer Fotogramas de Plata. 8. Se casó con Ana Pérez-Lorente en 2020. 9. Escribió sus memorias con su mujer. 10. Contó con sus amigos Fernando Trueba y Carlos Boyero para el documental 'Historias de nuestro cine' (2019), su debut como director al alimón con Ana.

¿Se siente heredero de intérpretes que reflejaron al español medio en la pantalla como Manolo Morán, Fernán Gómez, López Vázquez o Alfredo Landa? Ya me gustaría a mí estar a su nivel, pero sí que creo que debo de ser de ese tipo. Emilio Martínez-Lázaro me ha dicho alguna vez: *Lo bueno que tienes tú es que no eres ni alto ni bajo, ni gordo ni delgado, ni feo ni guapo. Eres muy apañado y como todos pensamos que somos muy normales, puedes representar a mucha gente. Eso te hace más creíble.* ¿Le sorprendió la ola de afecto popular que se generó al saberse que estaba aquejado de covid? Soy pudoroso con los sentimientos y me superé por completo. Al salir del hospital, la gente me paraba por la calle para interesarse por mi estado y animarme; y seguía haciéndolo un año después. Quiero pensar que se debe a que no he cometido ninguna barbaridad en mi vida y porque las cosas que he hecho han gustado. En sus últimos films abundan los papeles de padre y abuelo, ¿cómo lleva la paternidad fuera de los focos?

Muy bien. Mi hijo, Ricardo, es ayudante de dirección. Nunca quiso ser actor. Trabajamos juntos con frecuencia. Acabamos de hacerlo en *Sentimos las molestias* y repetiremos en *Serriñes, madera de actor*, la serie que voy a empezar. Es una comedia sobre un intérprete famoso y rico que quiere hacer una obra de Shakespeare para conseguir el prestigio que le falta.

Usted, como su hijo, tampoco quería ser actor.

De chaval participaba en el colegio en algo llamado *Teatro leído*, pero nunca pensé en ser actor. Empecé a hacer cortos con Fernando Trueba, Óscar Ladoire, Carlos Boyero y otros amigos que conocí en la Facultad de Ciencias de la Información, pero en tareas de producción. No había dinero para intérpretes profesionales y empecé a 'salir' en ellos. Si no hubiera conocido a Fernando Trueba y *Ópera prima*, mi primera película, no habría funcionado, no estaría hoy aquí. Así que le estoy profundamente agradecido a Fernando.

Había hecho papeles dramáticos antes, como en *Luna de lobos* o *Todo por la pasta*, pero su imagen de intérprete ligero de comedia no cambió hasta que ganó el Goya por *La buena estrella*.

"Nunca lo verbalizas, pero el sentido de este trabajo es participar en contar historias para que otros sean felices".

Se acabó lo de Resines siempre hace de sí mismo o Resines se inventa los diálogos, ya me gustaría a mí tener esa capacidad. Maruja Torres llegó a decir que *La línea del cielo* era como *Vente a Alemania, Pepe!*, con Resines, y Carlos Ferrando, que Óscar Ladoire

y yo éramos los peores actores desde la Guerra Civil. ¡Ahí es nada! (risas). A esas alturas yo ya era un actor asentado y no me tomaba en serio ese tipo de comentarios. Con el Goya pasé a otra categoría, la de 'actor completo'.

Actor, productor... ¿para cuándo dirigir?

Ya lo he hecho. Dirigí con mi mujer, Ana Pérez-Lorente, el documental *Historias de nuestro cine*. Ahora vamos a repetir, también juntos, con *La obra (León)*, mi primera película de ficción, una comedia sobre un actor en apuros escrita por ella.

¿Se siente satisfecho con el camino recorrido?

Estoy contento porque tengo ocho o diez películas que son buenas, y al estar en ellas formo parte de la historia del cine español. Cuando estuve tan malo con el covid me quería morir hasta que un médico me dijo: *¿Cómo te vamos a dejar morir con lo bien que lo hemos pasado contigo?* A partir de ese momento sentí que empezaba mi recuperación. Nunca lo verbalizas, pero ese es el sentido de este trabajo. Participar en contar historias para que otros sean felices. ♦

¿Qué es lo normal? Tráiler de 'El hijo zurdo'

SHARES 41



VÍA MOVISTAR PLUS+ POR [WANCHOPÉ](#) 04 DE ABRIL DE 2023



Movistar Plus+ presenta el tráiler oficial de 'El hijo zurdo', serie original producida en colaboración con Atípica Films ('La peste', 'Modelo 77') que llegará a la plataforma el próximo 27 de abril, siendo uno de nuestros estrenos destacados del mes de abril.

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 vertebran la historia de esta miniserie basada en la novela homónima de Rosario Izquierdo que está desarrollada por el guionista Rafael Cobos, quien además debuta como director.

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?

María León como Lola lidera un reparto que completan Tamara Casellas como Maru, Alberto Ruano como Rodrigo, Marisol Membrillo como Pilar y los jóvenes Hugo Welzel en el papel de Lorenzo, Numa Paredes como Inés y Germán Rueda como 'Loco'.



Rafael Cobos ('La peste', 'Modelo 77') ha construido la identidad creativa y estética de la serie, además de haber debutado como director dirigiendo dos de sus seis episodios, de unos 30 minutos de duración cada uno. Ha estado acompañado de Paco R. Baños ('La Peste', 'La peste. La mano de la Garduña'), quien ha asumido la dirección de los otros cuatro episodios.

Para la banda sonora de 'El hijo zurdo' Cobos ha contado con Julio de la Rosa y la colaboración de artistas como Bronquio, Nita, Rocío Márquez o Dalila, aportando una capa narrativa más en la historia y dotando a la miniserie de un ritmo y un tono que son en sí mismos una declaración de intenciones del autor.



NOTICIAS **ADELANTOS****Tráiler de la serie 'El hijo zurdo', el thriller de Rafael Cobos con María León que pasará por Cannes**

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



3, abril, 2023 **Redacción Cine con Ñ**

Movistar Plus+ publica el tráiler de El hijo zurdo, la serie creada por el guionista Rafael Cobos (La peste, Modelo 77) en su debut como director. 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. La operadora española la estrenará el próximo 27 de abril.

Antes de su estreno, El hijo zurdo 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 convierte así 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.

Tráiler de El hijo zurdo, un «thriller emocional» sobre la maternidad



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.

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.

María León 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.

La serie, de la novela a Rafael Cobos

Tráiler de la serie 'El hijo zurdo', el thriller de Rafael Cobos con María León que pasará por Cannes 2

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.



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 fue «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 nueva producción de Movistar Plus+

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?



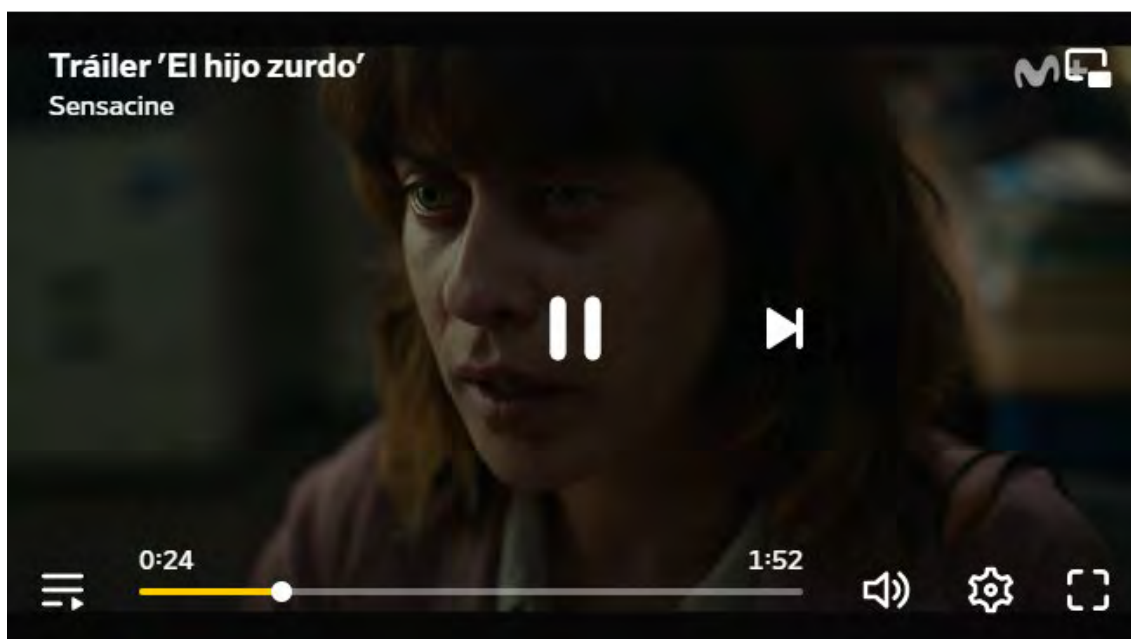
Fotos: Rodaje de El hijo zurdo en Sevilla – Julio Vergne/Movistar Plus+



El 27 de abril se estrena la única miniserie española que competirá en el próximo Festival de Series de Cannes: descubre 'El hijo zurdo' con el tráiler en exclusiva

3 abr. 2023 a las 9:05 Antonio Bret

Está protagonizada por María León y cuenta una historia sobre identidad y maternidad.



El próximo 27 de abril se estrena en Movistar Plus+ la que está llamada a ser una de las miniseries revelación de la temporada. Su nombre es El hijo zurdo y competirá en la sexta edición de CANNESERIES (Cannes International Film Festival) del viernes 14 al miércoles 19 de abril.

El hijo zurdo cuenta la historia de Lola (María León), una mujer (zurda) con dos hijos que ve cómo el menor de ellos, Lorenzo (también zurdo), se adentra en un grupo radical muy peligroso. En el intento de comprender y recuperar a su hijo, Lola conoce y entra en amistad con Maru (Tamara Casellas), una madre que vive en una situación similar a la suya, pero disfruta de una clase social y económica menos privilegiada que la de Lola. Ambas mujeres lucharán porque la vida les dé una segunda oportunidad.

UN DRAMA HUMANO SOBRE LA MATERNIDAD

María León (La voz dormida) lidera el reparto que completan Tamara Casellas (Ama) junto a Alberto Ruano (Gambito de Dama, La monja guerrera) como Rodrigo, Marisol Membrillo (Lejos de ti, Historias de Alcafrán) como Pilar y los jóvenes rostros de Hugo Wezel, que da vida a Lorenzo, el hijo zurdo de Lola, Numa Paredes (La chica invisible) como Inés y Germán Rueda como 'Loco'.

Rafael Cobos (La peste), guionista habitual del director sevillano Alberto Rodríguez, se pone al frente de esta miniserie original de Movistar Plus+ como director creativo, guionista y director (junto a Paco R. Baños) en esta serie que versa sobre la identidad y la maternidad.

Una propuesta en la que la música también es importante, añadiendo profundidad a una historia ya de por sí reflexiva. Una música, además, que dota a la miniserie de un ritmo y un tono que son toda una declaración de intenciones del autor. Es por ello que Cobos ha decidido contar con un habitual del cine de Alberto Rodríguez y el propio Rafael Cobos: Julio de la Rosa, un veterano músico cordobés que ha colaborado junto a artistas como Bronquio, Nita, Rocío Márquez o Dalila.

En SensaCine te dejamos con el tráiler en exclusiva de El hijo zurdo, una de las miniseries más ambiciosas de nuestra ficción y que puede recoger algún que otro galardón en el próximo CANNESERIES. Nosotros estamos deseando que llegue el próximo 27 de abril para hincarle, por fin, el diente.

'El hijo zurdo', la nueva serie de María León, estrena trailer oficial

Por **Cultura en Serie** - 3 abril, 2023

'El hijo zurdo', la miniserie original Movistar Plus+ creada y dirigida por Rafael Cobos, presenta su tráiler.



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.

Participación en CANNESERIES

CANNESERIES (Cannes International Film Festival) celebrará su sexta edición del viernes 14 al miércoles 19 de abril y 'El hijo zurdo' participará de manera oficial en la sección Short Form del festival.

Así es 'El hijo zurdo'

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 encabezado por María León

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.

Trailer 'El hijo zurdo'



‘EL HIJO ZURDO’: MARÍA LEÓN, LOS CABEZA RAPADA Y UN HIJO ALGO DÍSCOLO



El hijo zurdo, la nueva serie original de Movistar Plus+ que se estrena en la plataforma el jueves 27 de abril, puede que sea una de las producciones más ambiciosas del año.

Basándose en la novela homónima de Rosario Izquierdo, la miniserie de seis episodios está creada y dirigida por Rafael Cobos, quien ganó un Goya al Mejor Guion Original por La Isla Mínima y un Goya al Mejor Guion Adaptado por El hombre de las mil caras.

En conversaciones con El Diario, Rosario Izquierdo ha afirmado que, ni su obra ni la serie están concebidas como mero entretenimiento, por lo que considera que es un producto arriesgado: “es una serie arriesgada, ni ésta ni la novela son de esos productos que se hacen para entretener. De hecho, la serie se acerca mucho al cine de autor”.

¿De qué va ‘El hijo zurdo’?

Lola es una madre de clase acomodada, con tendencias progresistas, divorciada y con dos hijos que asiste a la deriva del menor de ellos, Lorenzo, hacia las oscuridades de un grupo neonazi.



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.

Reparto

María León (La voz dormida, Carmina o revienta) interpreta a Lola, la madre que trata de sacar a su hijo de las garras de la ultraderecha, trabajo que comparte con Maru, interpretada por Tamara Casellas (Ama).



El elenco se completa con 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'.

Liberty Media y Dorna Sports estudian hacer un Gran Premio conjunto de F1 y MotoGP en España

Carmelo Ezpeleta, consejero delegado de la promotora del Mundial de Motociclismo, ha iniciado conversaciones con Stefano Domenicali y el Ayuntamiento de Madrid para tantear la posibilidad de hacer coincidir ambos mundiales en Madrid.



2Playbook 4 de abril de 2023

Liberty Media y Dorna Sports tantean la posibilidad de organizar un Gran Premio conjunto de Fórmula 1 y MotoGP en Madrid. Así lo ha admitido Carmelo Ezpeleta, consejero delegado de la promotora del Mundial de Motociclismo, que afirma haber iniciado conversaciones con el máximo directivo del Mundial de Automovilismo, Stefano Domenicali, y el Ayuntamiento de Madrid para hacer coincidir ambos mundiales en la capital.

“He hablado con Stefano Domenicali para hacer un campeonato de F1 y de motociclismo el mismo fin de semana en el mismo circuito. Le estamos dando vueltas. Stefano me ha hablado para un circuito en Madrid y he hablado con el alcalde de Madrid. Tenemos que ver porque necesitamos escapatorias más grandes que son más difíciles en circuitos no permanentes”, ha explicado Ezpeleta a la Cope. El Gran Premio conjunto no se llevaría a cabo en el circuito del Jarama, sino que se organizaría en un circuito semiurbano por los alrededores de IFEMA Madrid.

Esta posibilidad surge tras el interés del Gobierno de la Comunidad de Madrid de albergar un Gran Premio de F1, que en la actualidad tiene contrato con el Circuit de Barcelona-Catalunya hasta 2026. Asimismo, Dorna tiene atados sus contratos en la Península Ibérica hasta 2027.

En una carta enviada al presidente de la Fórmula 1 por parte del Ejecutivo liderado por Isabel Díaz Ayuso, se dejó constancia de que "el Gobierno de la Comunidad de Madrid tiene el mayor interés" en organizar un Gran Premio de F1. "Me gustaría confirmar nuestro compromiso con usted y con este proyecto, así como nuestra voluntad de suscribir los convenios oportunos para promover la carrera y ofrecer un gran espectáculo deportivo y de entretenimiento. Estamos listos para trabajar con usted y su equipo para llevar la Fórmula 1 a Madrid", apunta la carta firmada por el consejero de Presidencia, Justicia e Interior, Enrique López López.

La F1 acaba de estrenar en Madrid una exposición del Mundial, la primera que lanza en todo el mundo. "A medida que el deporte sigue creciendo a un ritmo exponencial, es vital que nuestra afición siga estando en primera línea de todo lo que hacemos", afirmó meses atrás Domenicali.

PRIMER PLANO / 'CASO NEGREIRA'

El Madrid dice a la juez que los pagos del Barça «sin duda le perjudicaron»

Se persona en el caso y, a 24 horas del derbi en el Camp Nou, recuerda que la ley «protege la limpieza en las competiciones deportivas»

GERMÁN GONZÁLEZ MADRID

El Real Madrid decidió ayer personarse como acusación particular en el llamado *caso Negreira*, que investiga los pagos del Barça al ex vicepresidente del Comité Técnico de Árbitros (CTA), José María Enríquez Negreira, para presuntamente «favorecer al Barcelona en la toma de decisiones de los árbitros», tal y como considera la Fiscalía.

El club que preside Florentino Pérez se considera una «entidad ofendida o perjudicada». En un escrito escueto, estima que el Código Penal «protege la limpieza en las competiciones deportivas y el interés social y de sus propios participantes en salvaguarda de la integridad deportiva, interés en el que confluyen valores éticos y que tiene a su vez implicaciones económicas». **Página 2**



PRIMER PLANO

UN CLÁSICO BAJO LA SOMBRA DE NEGREIRA

El club presidido por Florentino Pérez dice, en su petición para personarse como acusación particular en el 'caso Negreira', que defiende su interés «en la limpieza de la competición»

EL REAL MADRID SE CONSIDERA «ENTIDAD OFENDIDA O PERJUDICADA»

GERMÁN GONZÁLEZ, BARCELONA

A 24 horas de celebrarse en el Camp Nou la vuelta de las semifinales de la Copa del Rey, el Juzgado de Instrucción 1 de Barcelona ha recibido la petición del Real Madrid de personarse como acusación particular en el llamado *caso Negreira* que investiga los pagos del Barça al ex vicepresidente del Comité Técnico de Árbitros (CTA), José María Enríquez Negreira, para presuntamente «favorecer al Barcelona en la toma de decisiones de los árbitros en los partidos que disputase el club y así en los resultados de las competiciones», como cree la Fiscalía.

En un escrito escueto, el Real Madrid considera que el Código Penal «protege la limpieza en las competiciones deportivas y el interés social y de sus propios participantes en salvaguardar la integridad deportiva, interés en el que confluyen valores éticos y que tiene a su vez implicaciones económicas». «El Real Madrid C.F., como es notorio, participa en el Campeonato Nacional de Liga, de modo que las actuaciones que son objeto de la presente causa, tendientes a favorecer al FC Barcelona, uno de los principales competidores de nuestra representada, en la toma de decisiones de los árbitros y, de esa forma, en los resultados de la competición, indudablemente le perjudicaron», señala el documento del club blanco.

Por eso, los letrados del Real Madrid recuerdan que en *caso Osasuna*, la LaLiga de Fútbol se personó como acusación particular por el delito de corrupción deportiva y consideran que el «interés» del club

blanco está «en la limpieza de la competición deportiva en la que participa» ya que es «igual de indiscutible». Por eso piden personarse como acusación particular porque se consideran «entidad ofendida o perjudicada».

El pasado 12 de marzo, la Junta Directiva presidida por Florentino Pérez, acordó personarse en el procedimiento al tener conocimiento de «potenciales delitos, entre otros, de corrupción en el ámbito deportivo, en el marco de las relaciones entabladas» entre el Barcelona y Negreira. En concreto, el Real Madrid decidió personarse a título personal, sin el resto

greira, Javier Enríquez, por encargo del Barcelona. Así, en el registro de la vivienda de un ex directivo azulgrana, Josep Conteras, dentro del procedimiento judicial que se sigue en la Audiencia Nacional por el *caso Soule* se encontró una nota con el epígrafe «trabajos a realizar» en el que se recogen varias tareas que los investigadores creen que serían encargos a los Negreira. Una de estos trabajos es «seguimiento de decisiones arbitrales al equipo rival R.M.», que podría corresponder al Real Madrid, según fuentes judiciales.

Una vez recibida la petición del club blanco, el juzgado ha dado traslado a la Fiscalía y al resto de las partes que opinen sobre esta petición antes de tomar una decisión. También hizo lo mismo con la petición de un socio del Real Madrid, Luis José Sáenz de Tejada Vallejo, que también pide comparecer como acusación particular o popular contra el Barcelona y Enríquez Negreira en esta causa. Sáenz de Tejada señala que lleva 40 años de socio por lo que «ha sido perjudicado de modo directo por los hechos que se investigan» y que el Real Madrid es uno de los equipos «perjudicados» por el delito de corrupción en el deporte.

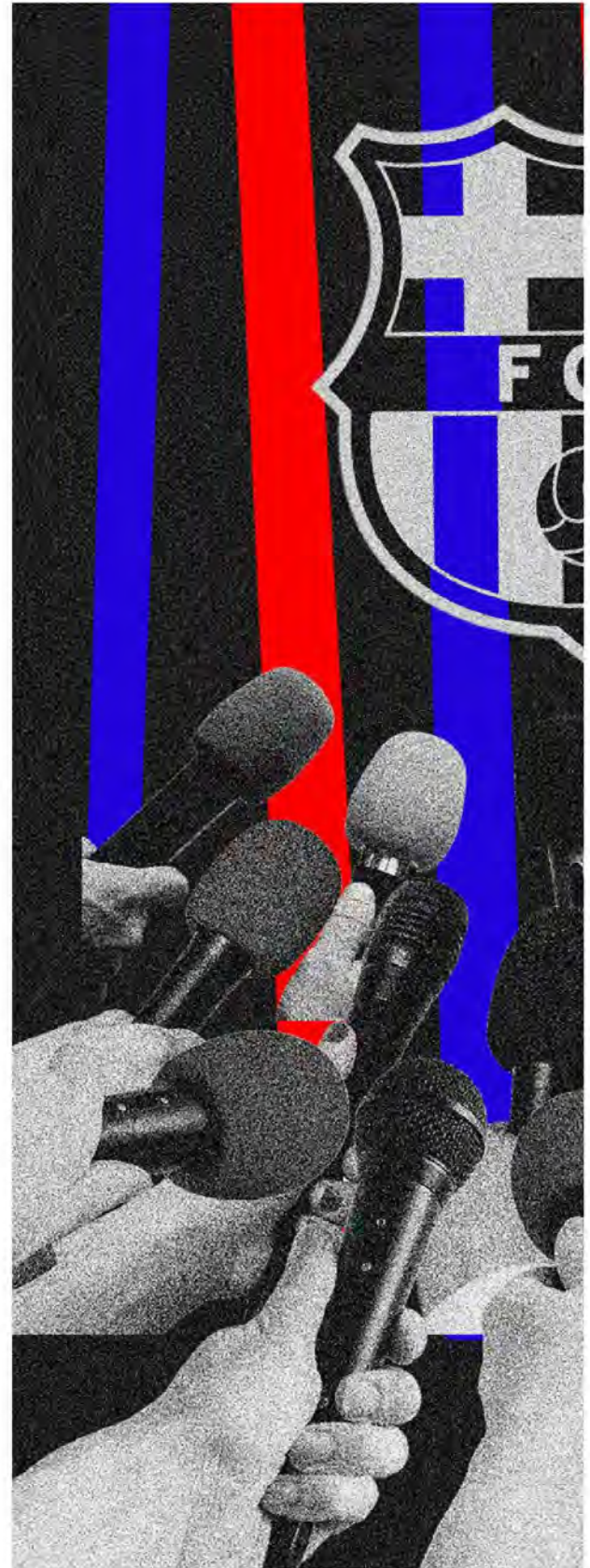
Por otro lado, la Guardia Civil pedirá documentación al club azulgrana así como a los Negreira para aclarar la mecánica de los pagos del Barcelona a las sociedades Dasnil 95 y Nilsad SCP, propiedad del ex presidente de los árbitros. Los agentes deben realizar un informe a petición del Juzgado de Instrucción número 1 de Barcelona.



Laporta y Florentino Pérez, en el palco del Camp Nou. EFE

de equipos de La Liga por «su profunda preocupación sobre la gravedad de los hechos y reitera su plena confianza en la acción de la justicia».

En la investigación del *caso Negreira* hay informes sobre partidos del Real Madrid y del Atlético de Madrid, precisamente varios correspondientes a enfrentamientos de la Copa del Rey de estos equipos, que supuestamente realizó el hijo de Enríquez Ne-





JOSETXU L. PIÑEIRO



5 Abril, 2023

El FC Barcelona se enroca en la opacidad y busca la impunidad

DOS MESES después de estallar el mayor escándalo de la historia del fútbol español, el FC Barcelona continúa enrocado en la opacidad y en una búsqueda de la impunidad incompatible con el nivel mínimo de exigencia ética de cualquier institución deportiva e, incluso, con el Código Penal. La actitud que exhibe el presidente Joan Laporta evidencia constantemente que su intención no es contribuir al esclarecimiento de los hechos con la transparencia debida, sino huir hacia delante como si él –y en su delirio, por extensión el Barcelona– fuese víctima de las informaciones que han destapado la corrupción con la que sí han enfangado al club sus diferentes presidentes en los últimos 17 años. Por eso dirige una campaña de difamación y de hostigamiento que cristaliza en la información de la que hoy nos hacemos eco en nuestro *Primer*

plano: solo 85 socios del FC Barcelona, un 0,05% del total, se han atrevido a romper esa ley del silencio y personarse judicialmente para buscar las respuestas del caso *Negreira* que su club no ofrece.

Las escasas ocasiones en las que Laporta se ha pronunciado han sido para denunciar de forma vergonzosa una persecución, llegando a asegurar que la investigación está basada en pruebas falsas. Esta reacción es fruto de la vorágine de histeria en la que él y sus defensores se han envuelto para poder negar la mayor, de la que dejó constancia la Fiscalía Anticorrupción: entre 2001 y 2018, el club pagó 7,3 millones de euros al vicepresidente del Comité de Árbitros José María Enríquez Negreira para que este favoreciese al Barcelona con las decisiones de los colegiados.

Se intentó amañar la competición con esos pagos que no están justificados y de los que han derivado regalos y burofaxes amenazantes. Mientras la cúpula del club se encastilla, el aficionado se pregunta cómo es posible esconder los indicios de corrupción cuando los máximos organismos del fútbol asumen la gravedad de los hechos. La adulteración cometida –que recuerda al *MoggiGate* italiano– incluso ha llevado al comité de disciplina de la UEFA a abrir una investigación por la vía urgente, que puede acabar con la expulsión del Barça de las competiciones europeas durante al menos un año. Una decisión sin precedentes en España aunque sí en casos como el equipo albanés Skenderbeu o los turcos Fenerbahçe y Besiktas.

LaLiga celebrará el día 19 una asamblea extraordinaria en la que debatirá sobre la honda

Laporta debió dimitir hace tiempo. Los 'valors' que defiende son los pagos injustificados a un dirigente arbitral

crisis reputacional que atraviesa el estamento arbitral y cómo mejorar su funcionamiento. Se ha pedido a Laporta que rinda allí cuentas: es un ejercicio de ingenuidad. Cada día que el mandatario continúa al frente del FC Barcelona hace más profundo el abismo del desprestigio del club. Laporta debió dimitir hace tiempo. No lo hizo entonces y no lo hará ahora, en consonancia con los *valors* que sí parece defender: los pagos injustificados, cuya cuantía él mismo aumentó, de 7,3 millones a un dirigente arbitral.



Caso Negreira

La reacción El expresidente dará el paso si la Fiscalía o el juez instructor rechazan el documento que aportó el presidente de LaLiga, que le incriminaba erróneamente

Bartomeu se plantea demandar a Javier Tebas

JOAN JOSEP PALLÀS
 Barcelona

Sandro Rosell y Josep Maria Bartomeu, presidentes del FC Barcelona en dos diferentes etapas (2010-14, el primero; 2014-20, el segundo), estudiaban ayer con sus respectivos abogados la posibilidad de demandar a Javier Tebas, presidente de LaLiga. Entienden ambos que Tebas intentó incriminarles, a través de una documentación erróneamente interpretada y entregada a la Fiscalía de Barcelona, con el objeto de sugerir su implicación en operaciones con inmuebles y movimientos en "instituciones financieras y bancos de inversión". Todo ello, englobado en el denominado caso Negreira.

Las reacciones a la información de *La Vanguardia* y *Cronicalibre.com*, que desvelaban el pasado lunes el envío de ese documento por parte de Tebas, se suceden por tanto. Si el lunes el FC Barcelona pedía la dimisión del presidente de LaLiga a través de un comunicado, ahora son Rosell y Bartomeu quienes entienden que la acción de Tebas les acusa directamente de manera equivocada. Falta por ver si la estrategia de ambos expresidentes a la hora de emprender acciones legales converge o es afrontada de forma diferente. Pau Molins es el abogado de Sandro Rosell, y José María Fuster-Fabra lo es de Bartomeu. Tanto los abogados mencionados como los que representan a Oscar Grau, a Albert Soler y al FC Barcelona, todos ellos investigados por la Fiscalía en el caso Negreira, se han reunido hasta en dos ocasiones (la última, la semana pasada) para unificar criterios ante el procedimiento judicial ya iniciado.

Según ha podido saber este diario, es Josep Maria Bartomeu quien tiene decidido que em-



Sandro Rosell y Josep Maria Bartomeu, expresidentes del FC Barcelona

Tebas insiste en que no aportó "pruebas falsas"

■ Javier Tebas, presidente de LaLiga, insiste en negar que enviase pruebas falsas contra el Barça a la Fiscalía: "No es cierto que se haya aportado a la Fiscalía Provincial de Barcelona documentación falsa alguna, ni contra el FC Barcelona ni contra ninguno de sus exdirectivos o directivos". En opinión de Tebas, la referida documentación se hizo llegar a la Fiscalía "por medio de un escrito" y "exis-

tiendo causa legítima para ello", con objeto de que ésta "dispusiera de todos los elementos fácticos y probatorios posibles antes de concluir sus diligencias de investigación". Por lo mencionado anteriormente, el presidente de LaLiga sostiene que "ni mucho menos nos encontramos ante una prueba falsa, pues forma parte de las diligencias de un procedimiento penal, ni el escrito supone

una acusación contra nadie, como se afirma en el propio escrito de aportación documental presentado ante la Fiscalía de Barcelona". LaLiga, personada como acusación particular en el llamado caso Soule, en el que estaba investigado Josep Contreras, constató la existencia de "documentación relevante" para las diligencias de investigación de la Fiscalía en el caso Negreira.

prender acciones legales contra Javier Tebas siempre y cuando el juez instructor o la Fiscalía rechacen el documento que este aportó, al considerarlo inválido como elemento probatorio. Rosell, por su parte, se mantiene a la espera de la evolución del caso. Una posibilidad que no hay que descartar es que sea el Barça como entidad quien dé primero ese paso contra Tebas y Rosell y Bartomeu se le sumen después.

Para que el escrito aportado por Tebas sea rechazado deberá ser corroborada a modo de testimonio la versión de la familia de Josep Contreras, el autor (ya fallecido) del manuscrito que el presidente de LaLiga trasladó a la Fiscalía el 22 de febrero. El manuscrito incluía una serie de nombres que Tebas aseguraba "pueden coincidir con los nombres y/o apellidos de determinados exdirectivos del FCB". Sugiera, por ejemplo, que el nombre de "Román" acompañado de la palabra "abogado" podría estar ha-

Sandro Rosell, también mencionado en el escrito enviado por Tebas, está a la espera de la evolución del caso

ciendo referencia a Román Gómez Ponti, antiguo responsable de los servicios jurídicos del club blaugrana; que el apellido "Rosell" coincidía con el del expresidente del Barça y que el nombre de "Josep Maria" podía corresponder al también expresidente blaugrana Bartomeu.

En realidad, el documento en cuestión fue escrito hace décadas y los nombres señalados por Tebas hacían referencia a Emilio Román, abogado de Contreras, a Ramon Rosell, contable de sus empresas, y a Josep Maria, en realidad un empleado de Banca Catalana responsable de las cuentas de Contreras en la entidad.

Josep Contreras, en su día directivo del Barça B, estaba entre los investigados del caso Soule, en el que LaLiga está personada también como acusación particular. En él se investiga un posible desvío de fondos de la Federación Española de Fútbol en la época en la que la presidía Villar. ●



JOSETXU L. PIÑEIRO

ESTEBAN URREIZTIETA MADRID
LaLiga, preocupada por la crisis reputacional que para el fútbol español pueda estar suponiendo el caso *Negreira*, ha dado un paso más y se va a plantear «el futuro de la prestación de servicios» de los árbitros en una Asamblea Extraordinaria que ha convocado para el próximo miércoles 19 de abril. Es decir, la entidad presidida por Javier Tebas está dispuesta a modificar el actual panorama del arbitraje español.

En la convocatoria de esa Asamblea, que fue remitida a los clubes ayer, LaLiga emplaza a los presidentes para ese día a las 11.00 horas. En el orden del día hay cinco puntos, y el más llamativo es el cuarto, que dice textualmente: «Examen de la situación arbitral. Futuro de la prestación de servicios. Examen del caso F. C. Barcelona-Negreira».

Bajo esa frase, «examen de la situación arbitral», cabe toda una batería de medidas, y fuentes de LaLiga no se atreven a descartar ninguna en estos momentos. A día de hoy, y desde hace mucho, los árbitros y su funcionamiento dependen fundamentalmente de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF). Solamente en las designaciones de cada jornada tiene voz LaLiga, pues suyo es uno de los tres miembros del Comité de Designación que realiza esa función todas las semanas.

Sin embargo, son los clubes los que pagan los sueldos de los colegiados, que pueden llegar a cobrar hasta 300.000 euros anuales en función de los partidos que arbitren sobre el verde o en la sala del VAR. En los últimos años, la idea de cambiar

Tebas convoca una asamblea para debatir con los clubes si los colegiados deben seguir dependiendo de la RFEF o crear una fórmula como la inglesa, en la que serían independientes

ACB, PREMIER... LALIGA QUIERE CAMBIAR EL ARBITRAJE

el sistema arbitral, y hacerles depender directamente de LaLiga, ha sobrellevado por el fútbol español en diversas ocasiones, y ahora el organismo que preside Tebas pretende abordar en serio este paso tras el escándalo que ha supuesto el caso *Negreira* y las innumerables quejas por los recientes errores arbitrales.

Sobre la mesa se encuentra la posibilidad de estudiar la implantación de modelos como, por ejemplo, el de la Premier inglesa. En la competición británica existe un organismo arbitral autónomo, la Professional Game Match Officials Ltd. (PGMOL). Se trata de una compañía gobernada por la Asociación Inglesa de Fútbol y por la Premier, pero

que goza de total autonomía. También se contempla en este debate la posibilidad de imitar el modelo de la ACB, donde es el director del Departamento de Arbitraje el que nombra a los colegiados entre los que reúnen las condiciones técnicas reglamentadas por la Federación Española de Baloncesto (FEB).

Asimismo, es este director de Arbitraje el que se ocupa del seguimiento y la formación permanente de los árbitros que prestan sus servicios en las competiciones organizadas por la ACB, todo ello como una función delegada de la FEB.

Entre las opciones también se está analizando el modelo utilizado por la liga de fútbol de Estados Uni-

dos, la MLS, que también presenta características similares a las descritas anteriormente.

El «futuro» de los árbitros será, sin duda, el punto fundamental de esa Asamblea Extraordinaria convocada por sorpresa ayer, y donde también se tratará una modificación del Convenio Colectivo para la actividad del fútbol profesional. Un día antes, el 18, LaLiga ha convocado a todos sus miembros para una reunión informativa previa. Allí explicarán con más detalle la situación de todos los puntos a tratar.

En dicha Asamblea, y según fuentes consultadas por este periódico, los clubes esperan «una explicación» del presidente del Barcelona, Joan Laporta, ausente en las dos últimas reuniones de LaLiga, sobre el caso *Negreira*. En ambas ocasiones, el presidente del Barça ha delegado su voto en un abogado del Real Madrid, pero los clubes, con gran «inquietud», le han pedido que se exprese el próximo día 19. LaLiga ha enviado una invitación tanto al máximo mandatario azulgrana como al máximo responsable del Real Madrid, Florentino Pérez.

Esta reunión se va a celebrar en medio de un clima de tensión máxima entre Tebas y Laporta. El primero ha exigido al mandatario azulgrana que explique de una vez el motivo por el que pagaron al número dos de los árbitros y le ha emplazado a dimitir si no es capaz de dar una respuesta razonable.

Por su parte, Laporta ha pedido la marcha de Tebas acusándole de realizar acusaciones falsas contra los dirigentes del Barça.

EN CIFRAS

253

PARTIDOS. Los clásicos oficiales disputados por Barcelona y Real Madrid en toda su historia. El conjunto catalán suma 100 victorias, el madrileño, 101. Los empates son 52.

5º

EN ESTE CURSO. El de esta noche será el quinto enfrentamiento entre ambos en esta temporada. En la Liga: Barcelona 2 R. Madrid 1 y R. Madrid 3 Barcelona 1. Supercopa: R. Madrid 1 Barcelona 3. Semifinal de Copa, ida: R. Madrid 0 Barcelona 1.

37

EN LA COPA. Veces en las que el clásico del fútbol español ha aparecido en eliminatorias y finales de la Copa. El Madrid ganó en 12 ocasiones, el Barça en 17. Empates: ocho. El equipo blanco sumó 65 tantos y el azulgrana, 68.

26

GOLES. El máximo goleador en la historia de los clásicos es Messi, con 26 tantos. Los siguientes, Cristiano Ronaldo y Alfredo di Stéfano, ambos con 18. Raúl González firmó 15. El mejor anotador de las actuales plantillas del Madrid y del Barça es Karim Benzema, con 13.

47

PRESENCIAS. El jugador con más participaciones en los clásicos es Sergio Busquets, con 47 encuentros. El segundo puesto está compartido por Sergio Ramos y Messi, con 45. En los equipos actuales del Barcelona y del Real Madrid, el siguiente puesto en este apartado lo ocupan Modric, con 30 partidos, y Jordi Alba, con 29.



Sky Sports wins EFL bid

Written by **Melissa Kasule**, APRIL 4, 2023



Sky Sports has been named the preferred bidder for the English Football League (EFL).

It sees the sports streaming platform DAZN miss out from airing all 1,656 EFL matches. DAZN reportedly made an offer to EFL of £200 million a year for the global rights to EFL's 2024-25 season, with aims to lift the 60-year Saturday afternoon blackout tradition.

Sky Sports also faced other competition from Viaplay and BT/TNT Sports.

In a statement a spokesperson for the EFL said: "The EFL has now completed a full and comprehensive review of the multiple ITT submissions received as part of its broadcast rights sales process from 2024 onwards.

"The League will now enter into an exclusive month-long negotiating period with the preferred bidder, Sky Sports."

The organisation said it will not provide any further comment on the matter at this current time.

Sky Sports will broadcast 138 live matches from each season under the £119 million deal it made with the EFL.



La presidenta interina de RTVE, Elena Sánchez // EFE

PROGRAMA 'LATEXOU'

El socio de Telecinco admite la inyección de 600.000 euros y la Auditoría de RTVE pide explicación

► El Comité de Empresa de Radiotelevisión Española presenta una denuncia ante la Inspección de Trabajo

ANA I. SÁNCHEZ
MADRID

La Fábrica de la Tele reconoció ayer a ABC la inyección de 600.000 euros realizada por uno de sus dueños y socio de Mediaset, Manzanas Producciones, a la desconocida productora Minuto de Barras para que pudiera acreditar solvencia económica y ser contratada por RTVE para realizar el programa 'LateXou' en la cadena estatal.

La productora de espacios como 'Sálvame' señala que se trata de un préstamo personal concedido por «amistad» por el dueño de Manzanas Producciones, Óscar Cornejo, para ayudar a los de Minuto de Barras con el despegue de su productora. El propietario original de esta última era Santi Villas, exdirector ejecutivo de TV3. Pero, coincidiendo con la operación de entrada en RTVE, Villas duplicó el capital de su productora en 3.000 euros (hasta 6.000) para dar entrada al periodista Marc Giró, colaborador de La Fábrica de la Tele y su pareja sentimental.

La Fábrica de la Tele también achaca a la misma relación personal de Cor-

nejo, Villas y Giró, que dos trabajadores suyos -Miquel Ramells, su director de producción, y Anna Gay, productora- figuraran en los títulos de crédito de 'LateXou' como productor ejecutivo de Minuto de Barras y productora del espacio. «Existe una colaboración de apoyo económico y laboral por amistad para poner en marcha el programa y fomentar a esa productora», subrayan las citadas fuentes.

Sospechas internas

En esta línea, la productora de 'Sálvame' asegura que «nunca» ha ofrecido «ningún programa a RTVE» ni produce actualmente 'LateXou', negando la tesis que mantiene el PP de que la idea original era que La Fábrica de la Tele produjera el citado programa.

Los populares sostienen que esta opción chocó con rechazo interno en la corporación pública dados los vínculos con Telecinco y la implicación de sus dueños en la conocida como Operación Deluxe. Manzanas Producciones y Mediaset -competencia directa de RTVE- son socios en La Fábrica de la Tele porque la primera controla un 35% del capital y la segunda un 30%. El otro 35% restante está en manos de Peras Producciones, de Adrián Madrid, socio de Cornejo.

Paralelamente, este periódico ha podido saber que el Comité de Auditoría de RTVE pidió explicaciones a la dirección del ente público por esa in-

El PP señala trato privilegiado desde la corporación

El diputado popular Eduardo Carazo denuncia que RTVE ha dispensado un trato privilegiado a la promoción del citado programa, frente al que reciben otros espacios. «En los 'spots' de promoción aparecen como actores-figuras el personal directivo de Radio Televisión Española en Cataluña», señaló la semana pasada ante la Comisión Mixta de Control de RTVE. Carazo hacía referencia así a la inusual participación del director de la cadena estatal en Cataluña en la promoción de un episodio de 'LateXou' al que acudió como invitada Rocío Carrasco. Oriol Nolis apareció junto a varios actores y al presentador del programa, Marc Giró, en la publicidad de RTVE en redes sociales y también la difundió desde su propia cuenta. La Fábrica de la Tele produjo la serie documental sobre Rocío Carrasco que emitió Telecinco en 2021 y fichó a Marc Giró como comentarista para los debates posteriores.

yección de 600.000 euros. La operación financiera, destapada por ABC, permitió que la productora desconocida fuera contratada para desarrollar 'LateXou', pese a tener un capital social de solo 6.000 euros y carecer de empleados, facturación y experiencia previa en la producción de programas televisivos.

Tal y como ha podido confirmar este periódico, el Comité de Auditoría de RTVE tenía a Minuto de Barras en su punto de mira desde el pasado 29 de marzo, cuando decidió pedir «información» a la Dirección de Contenidos. Este departamento, en manos de José Pablo López, proporcionó al comité varios documentos, pero evitó informar sobre la inyección de 600.000 euros realizada por Manzanas Producciones, el socio de Mediaset.

Acusaciones de opacidad

La adjudicación a Minuto de Barras también ha desembocado en una denuncia del Comité de Empresa de RTVE en Cataluña, donde se desarrolla y emite este programa, ante la Inspección de Trabajo por ocultación de información. Fuentes de los trabajadores explican que el pasado enero, tras la primera emisión de 'LateXou', el Comité de Empresa solicitó a la dirección de RTVE Cataluña «diversa información sobre la productora y el personal que presta sus servicios en ella». Por un lado, porque no tenía «conocimiento alguno» de que Minuto de Barras «hubiera tenido alguna experiencia anterior» y, por otro, porque «aparecían en su estructura diversas personas vinculadas» con La Fábrica de la Tele. Entre la información que solicitaban los trabajadores estaban las producciones televisivas previas de Minuto de Barras «con detalle de los programas y cadenas de emisión», y las copias de los contratos con Radio Televisión Española.

Tras este movimiento, la corporación remitió a los trabajadores un escrito de contestación que, según éstos, no «aclaraba nada de la información que se les requería». En este sentido, el director de RTVE Cataluña, Oriol Nolis, se limitaba a indicar que Minuto de Barras «ha producido diversos formatos de televisión» sin ninguna concreción y ponía el foco en la «dilatada experiencia profesional» de sus dueños en la industria audiovisual. Nolis no remitió los contratos que pedía el Comité de Empresa subrayando que la memoria de la productora y la experiencia de sus accionistas «se estudió, supervisó y aprobó por la Dirección Económica y la Dirección de Compras».

Ante la falta de respuestas, el Comité de Empresa solicitó a RTVE copia de la documentación en virtud de la cual Minuto de Barras fue considerada «idónea» para producir 'LateXou', sin haber obtenido respuesta hasta la fecha. Por todo ello, los trabajadores han decidido pedir a la Inspección de Trabajo que intervenga para que la corporación pública les entregue copia de los contratos, la relación nominal de puestos y más detalles sobre la experiencia previa de Minuto de Barras.

Televisión

De los 7,8 millones de euros por 'Cover Night' a los 5,6 de 'El Conquistador': el coste de los programas de TVE

David Saiz 4/04/2023 - 16:16



Miguel Bosé

Hay que reconocer que TVE intenta de todas las maneras posibles asentar programas de entretenimiento en su prime time, aunque la guerra por las audiencias casi siempre resulta cruel para la cadena pública. Es lo que ha pasado, por ejemplo, con Cover Night, un ambicioso talent show que no está logrando los resultados deseados, aunque se trata de un formato con los mimbres adecuados y la calidad necesaria para, al menos, intentar dar la batalla.

Las doce entregas de Cover Night han supuesto un desembolso para RTVE de 7.801.347,82 euros, según indica la Corporación en respuesta a dos preguntas parlamentarias planteadas por el PP, una el 3 de febrero y otra el 27 del mismo mes. Según estos datos, cada gala supondría una inversión de 650.000 euros.

Presentado por Ruth Lorenzo, Ana Guerra y Abraham Mateo, Cover Night tiene como miembros del jurado un potente plantel de estrellas compuesto por Miguel Bosé, Mónica Naranjo, Chanel y Juan Magán. El programa, producido por Shine Iberia, que ha creado este formato de manera interna, se estrenó con un prometedor 11,9% de share, pero rápidamente comenzó a protagonizar una caída sostenida, hasta el mínimo del sábado pasado (5,6%). La media es de 7,7% de share.

TVE destina 5,6 millones para 'El Conquistador'

En los próximos meses, TVE acogerá el estreno de El conquistador del Caribe, lo que supondrá un nuevo intento por hacerse hueco en el complicado horario estelar de la televisión. Este reality de aventuras es la adaptación del formato que durante años se emite en la televisión autonómica vasca (ETB).

En respuesta a otra pregunta parlamentaria del PP, la presidenta Elena Sánchez confirma que la Corporación ha cerrado el contrato con la productora Hostoil (The Mediapro Studio) por 5.653.000 euros, aunque no detalla cuántas entregas tendrá el concurso.

8,7 millones para el último 'Masterchef'

Estas cifras están en línea de lo que habitualmente paga RTVE por sus producciones. La última temporada de Masterchef, por ejemplo, ha costado 8.792.855 euros para un total de 25 programas repartidas en 13 semanas (fueron 5.686.000 euros en la temporada 10, con 13 programas).

Por otra parte, Días de tele, presentado por Julia Otero, supuso un desembolso de 5,5 millones para un programa de entrevistas -la producción no tiene nada que ver con Masterchef o Cover Night- que también está consiguiendo unos resultados de audiencia más que flojos.

Peor suerte corrió el concurso Todos contra uno, que contaba con un presupuesto de 5.194.500 euros y fue cancelado a las pocas semanas de su estreno por sus malos datos. Más sonada fue la retirada de Vamos a llevarnos bien, conducido por Ana Morgade, tras una sola emisión. Contaba con un presupuesto de 3,5 millones.



'A través de mi ventana' fue la primera producción española en usar coordinación de intimidad · Fotografía: NETFLIX

REPORTAJE

Plataformas y productoras, con los coordinadores de intimidad: “Nadie duda cuando un actor pide un doble de acción”

Kinótico continúa con su serie de reportajes sobre la figura de los coordinadores de intimidad hablando con directivos de Netflix y Prime Video y un productor independiente sobre el nuevo sistema de trabajo en la industria

Las plataformas de streaming son las culpables de la llegada de los coordinadores de intimidad al audiovisual español. 'The Deuce', la serie de David Simon para HBO, fue la primera producción audiovisual en contar con uno de estos profesionales. En España todavía tendríamos que esperar algunos años. Netflix fue la encargada de inaugurar la nueva normalidad del sector con 'A través de mi ventana', la adaptación de la novela de Ariana Godoy a cargo de Marçel Forès. Después seguían sus pasos 'Élite', 'Smiley' y 'Las de la última fila', entre otras producciones originales de Netflix que han contado con “una figura cada vez más demandada por nuestros partners”, celebra Verónica Fernández, directora de ficción de Netflix España.

Prime Video se sumó rápidamente a un sistema de trabajo que beneficia a todas las partes implicadas. “El objetivo principal de contar con un coordinador de intimidad es asegurar un espacio seguro y respetuoso de trabajo, ayudando a generar diálogo entre actores, directores y productores”. Son palabras de María José Rodríguez, máxima responsable de los contenidos originales de Prime Video. En 2023 Movistar Plus+ ha decidido, según han informado fuentes de la compañía a Kinótico, poner a disponibilidad de todas sus producciones el uso de estos profesionales. Hasta este año, su participación en los proyectos dependía directamente de cada serie.

Empezar de cero

“Para nosotros siempre ha sido importante garantizar el bienestar de todas las personas que participan en una producción, delante y detrás de las cámaras”, destaca Verónica Fernández. A lo largo de los años, Netflix ha ido incorporando diferentes mecanismos para avanzar en esa dirección, desde la organización de charlas de respeto hasta la implementación de protocolos antiacoso, entre otras herramientas. “Lamentablemente, España no contaba con profesionales certificados en esta materia. Sin embargo, por nuestra experiencia, sabemos que la lengua compartida es un recurso esencial en la coordinación de intimidad (asociada, a menudo, con temáticas sensibles y delicadas)”. Para gestionar las carencias de nuestra industria, Netflix impulsó un programa formativo –el primero en España– que acreditase a especialistas locales para poder trabajar en cualquier producción en español.

Rodríguez reivindica el uso de un profesional como el coordinador de intimidad como “algo natural” y que encaja con los motores que mueven a la producción original de Prime Video: “La inclusión, el respeto, el diálogo y la confianza”. Según Anna Cassina, Senior Production Exec Scripted de la plataforma de Amazon en España, “al igual que se planifican otras secuencias, como una pelea, una persecución o un diálogo, las escenas de intimidad requieren atención y detalle”.

La oficialización de la coordinación de intimidad es un fenómeno aún reciente en la industria audiovisual española. “Diría que con este nombre y de norma establecida comenzamos el año pasado”, reconoce Eneko Gutiérrez, productor de OLD Media y un profesional con experiencia en títulos como ‘El vecino’, ‘Tengo ganas de ti’ y la reciente ‘Sin huellas’. “Anteriormente esto siempre era parte de un trabajo que hacía el equipo de dirección, pero obviamente era algo a mejorar. Al final, era necesario que la persona que pueda coordinar la intimidad esté fuera del día a día de rodaje donde el tiempo, la confianza y las dinámicas que se crean hacen que los actores o técnicos implicados no puedan sentirse con la misma libertad”.

Más allá del sexo

Las escenas íntimas o sexuales son las que más requieren el uso de los coordinadores de intimidad, pero no son las únicas, según confirman todas las fuentes consultadas. “Por ejemplo, podemos encontrarnos ante una escena en la que alguno de los actores tiene que hablar de un abuso sexual”, confirma Cassina.



Detrás de las cámaras del rodaje de una escena de sexo de 'Normal people'

“En este caso, no es necesario coreografiar la escena ni utilizar prendas de modestia, pero, parte del trabajo del coordinador es también detectar en estas escenas aquellos aspectos que pueden poner al talento en una situación vulnerable protegiendo y garantizando su bienestar y, sobre todo, la integridad de su salud mental”.

Esto es una gran familia y a veces cuesta hablar las cosas con libertad (Eneko Gutiérrez, Old Media)

Uno de los temores de los escépticos hacia la figura del coordinador de intimidad es que estos profesionales puedan quitar influencia, libertad o responsabilidades a los directores. “Nunca he tenido ningún director o directora que hayan visto esta figura con recelo, al contrario. Todos han entendido perfectamente que era algo necesario y en algunos casos incluso supone un alivio. Esto es una gran familia y a veces cuesta hablar las cosas con libertad en familia”, admite el productor. Desde Netflix manifiestan que la coordinación de intimidad no se trabaja exclusivamente con los intérpretes: los coordinadores colaboran activamente con muchos de los departamentos implicados en una producción, desde la dirección o ayudantes de dirección hasta los diseñadores de vestuario. “La preparación es, de hecho, un gran aliado para proteger la libertad creativa del proyecto y también tiene beneficios operacionales, ya que hace los rodajes mucho más eficientes”, destaca Verónica Fernández.

La directora de ficción de Netflix España insiste también en la importancia de entender realmente cuál es la función de los coordinadores. "Son facilitadores que guían a todos los miembros de la producción durante todo el proceso de producción y rodaje". Para marcas internacionales como Netflix y Prime Video su papel es "imprescindible" y "esencial", aunque es importante que se sepa trasladar a las productoras y equipos porque en España es un rol bastante nuevo en la industria que puede generar desconfianza de primeras. "Una vez se entiende el trabajo que hacen y la seguridad que generan en los equipos, su presencia se convierte en algo indispensable", destaca la Head of Originals de Prime Video. "Confiamos en que, algún día, cuestionar su rol sea como cuestionar si un rodaje necesita, o no, un operador de cámara", zanja Fernández.

Un feedback abrumadoramente positivo



Martino Rivas y María de Nati en la serie 'Nacho'

Desde las plataformas y las productoras coinciden en que la respuesta de producciones y trabajadores han sido unánimemente positivas. "Nos encontramos con casos en que el director necesita al coordinador, como soporte y guía en coreografías que protegen y dan comodidad a los actores, sin restar valor a la escena que se quiere conseguir. En ocasiones, este intercambio de ideas incluso enriquece la secuencia", celebra la Senior Production Exec Scripted de Prime Video.

"A veces, el coordinador ha podido proponer cambios que al director o directora no le encajan en el planteamiento de escena que tenía en su cabeza", cuenta Eneko Gutiérrez. "No pasa nada, todo es cuestión de negociar. Cuando nuestros coordinadores de acción o especialistas nos prohíben rodar con coches a más de 90 kilómetros por hora nadie se pone las manos en la cabeza. Negociar y llegar a acuerdos es la base de un rodaje. Eso y aprovecharnos de la magia: ¡Somos magos haciendo trampas!", recuerda.

Según María José Rodríguez, “el coordinador de intimidad se ha convertido en algo esencial para las producciones, ya que consigue que el talento se pueda centrar exclusivamente en su actuación y dar lo mejor de sí en cada toma”. Netflix confirma también las buenas sensaciones una vez se ha hecho la transición hacia un nuevo sistema de trabajo entre todas las partes. “En nuestra experiencia, la mayoría de nuestros partners han solicitado contar con esta figura en sus producciones”, apunta Fernández. “Además, los intérpretes también destacan mucho su valor y reconocen sentirse mucho más seguros y confiados en el set, lo que es una prioridad para nosotros”.

“*Esto está ayudando mucho a que, a la hora de poner límites, haya más confianza (Borja de la Vega, representante)*”

Borja de la Vega, representante en la agencia Kuranda y director de películas como ‘Mía y Moí’ y ‘La última noche de Sandra M.’, celebra desde el otro lado la buena acogida de la incorporación de los coordinadores de intimidad. “Es algo que está funcionando fenomenal para que la gente llegue mucho más tranquila a rodar, sabiendo de una manera muy clara qué es lo que se va a hacer, qué se va a ver y cuánto se expone”. De la Vega destaca, sobre todo, que por primera vez a los actores se les pregunta si están cómodos con lo que tienen que hacer. “Antes podía ser una lucha. Yo a veces he hecho esa llamada incómoda de decir que un actor o una actriz, que siempre eran las más expuestas, y la respuesta que me daban era: ‘Ya está la pesada, eso estaba en el guion’. Sí, pero luego hay que ver cómo se ruedan las cosas. Esto está ayudando mucho a que, a la hora de poner límites, haya más confianza. Yo estoy muy a favor”, sentencia.

Trabajar fuera del sistema

Una de las incógnitas que seguían presentes en el sector es qué pasaría en las producciones independientes que salen adelante sin el apoyo del streaming o las grandes corporaciones. Fernando Franco, por ejemplo, decidió trabajar con una coordinadora desde la preproducción de ‘La consagración de la primavera’, financiada sin el apoyo de una plataforma o una cadena de televisión. “Siempre hay temas presupuestarios, pero lo lógico es incorporarlo cuando el guion lo pide. Por muy independiente que sea un largometraje, si tienes una escena de sexo, estás poniendo a personas en una situación vulnerable”, reconocen desde OLD Media. “Nadie pone en cuestión cuando un actor solicita un doble para una escena de acción. Del mismo modo, nadie debería poner esto en duda. Que un actor solicite un coordinador de intimidad para una secuencia donde se siente vulnerable es lógico y deseable. Debemos crear todos entornos seguros de trabajo”.



La independiente 'La consagración de la primavera' también usó coordinación de intimidad

En el pasado estas situaciones se gestionaban utilizando un equipo más reducido durante el rodaje de esas escenas más comprometidas o trabajando con los departamentos de arte y vestuario para protésicos, ropa interior color carne, pedir dobles.... “Sin duda, era insuficiente y se podían generar situaciones muy incómodas”, lamenta el productor. “Esto es cine, tenemos mil trucos para que los actores enseñen solo lo que quieran. La cuestión es que se sientan libres para hablar de todas las dudas que puedan generarse y cómodos para tomar las decisiones que consideren correctas”.

Y después de la coordinación, ¿qué?

Gutiérrez reconoce que ahora mismo está de moda hablar del trabajo de estos coordinadores de intimidad, pero destaca cómo desde la industria en los últimos años se han creado diferentes herramientas que hacen del rodaje un espacio más seguro. Que alguien sea víctima de acoso en el trabajo, por ejemplo. “Hoy en día contamos con números de teléfono disponibles 24 horas al día y atendidos por personas completamente ajenas al rodaje donde el equipo puede ser atendido”. El objetivo está claro: que nadie se sienta inseguro en una producción audiovisual española.

Bob Iger confirma que Disney volverá a la distribución a terceros

El CEO de Disney Bob Iger confirmó este lunes durante la reunión anual de accionistas de la compañía que planea regresar a la distribución a terceros de sus contenidos.



Bob Iger

Según detalló, franquicias clave como Marvel, Disney, Pixar o Star Wars seguirán siendo exclusivas de Disney+, pero para otros contenidos sí estarán abiertos a venderlos "ocasionalmente".

"Estamos orgullosos de lo que hemos logrado, pero reconocemos que tenemos grandes desafíos por delante, como ser rentables", expresó.

Los dichos de Iger confirman los reportes de prensa que habían surgido en febrero y que aseguraban que Disney estaba explorando volver a la distribución.

De acuerdo a Iger, el regreso a la distribución es posible gracias a haber alcanzado una nueva etapa en su negocio de *streaming*.

"Con el objetivo de asegurarnos de que nuestro negocio de *streaming* fuese exitoso, sentíamos que teníamos que recuperar el control del contenido que teníamos licenciado a terceros", recordó.

“Por aquel entonces, la mayor parte se estaba yendo a Netflix, con quienes teníamos una muy buena relación. Pero les estábamos dando contenidos muy valiosos, que sentíamos que los necesitábamos”, agregó.

La nueva estrategia de Disney, que se coloca en línea con la que David Zaslav está impulsando en Warner Bros. Discovery, se da en medio del agresivo plan de recortes, despidos y búsqueda de la rentabilidad de Disney+ que Bob Iger anunció semanas atrás.

Redacción Cveintiuno

04-04-2023

©cveintiuno



INTERNACIONAL STREAMING

Bob Iger revela los planes de Disney de licenciar su contenido a terceros

04/04/2023 Por ttvnews

En conferencia con accionistas, el ejecutivo explicó que el grupo considerará «en ocasiones» licenciar algunos de sus títulos a terceros, y detalló las claves de su estrategia en materia OTT.

En su más reciente reunión de accionistas, que se llevó a cabo de forma virtual este lunes 3 de abril, Bob Iger, CEO de The Walt Disney Company, delineó algunos puntos clave de la estrategia de la compañía en cuanto a su negocio de contenidos.

Así, el ejecutivo habló sobre uno de los temas más discutidos en el mundo del streaming: las intenciones de los majors de comenzar a distribuir su propio contenido, y explicó que Disney considerará «en ocasiones» otorgar licencias de algunos de sus títulos a terceros.

«Para lograr el objetivo de ingresar al negocio del *streaming* con éxito, sentimos que teníamos que recuperar el control del contenido que habíamos licenciado a terceros», dijo el ejecutivo en referencia al inicio de la estrategia para el grupo.



«En ese momento, la mayor parte iba a Netflix y, de hecho, disfrutamos de una buena relación con ellos durante el tiempo en que les otorgamos licencias de contenido. Pero licenciamos contenido muy valioso, contenido que sentimos que necesitábamos absolutamente».

En cuanto al contenido específicamente, el mes pasado, en una conferencia organizada por Morgan Stanley, el ejecutivo había dicho que «no buscamos licenciar nuestro producto principal de Marvel, Disney, Pixar o Star Wars a terceros. En ocasiones, consideraremos otorgar licencias de otros productos a terceros».

Iger señaló que tener exclusividad impulsó la demanda temprana de Disney+, que alcanzó los 100 millones de suscriptores solo 16 meses después de su lanzamiento en noviembre de 2019. «Estamos orgullosos de nuestra trayectoria, aunque reconocemos que tenemos desafíos por delante, a saber, llegar a la rentabilidad», dijo Iger.

Iger se encuentra bajo el ojo atento de toda la industria en medio de una ola de recortes de puestos de trabajo que continúa extendiéndose por los distintos territorios y llegaría esta semana a sus divisiones fuera de EEUU, según revelan varios medios estadounidenses.

TV:news

BUSINESS NEWS

Inside Amazon Studios: Big Swings Hampered by Confusion and Frustration

Despite ambitious bets like 'Daisy Jones & The Six' and the upcoming 'Citadel,' insiders complain that there's still "no vision for what an Amazon Prime show is." But chief Jen Salke says they are missing the point: "You don't reverse-engineer true creative vision."

BY **KIM MASTERS** APRIL 3, 2023 12:43PM



It's long been an open secret that Jeff Bezos has yearned for his own Game of Thrones, and that Amazon's big swing as it reached for its own massive hit was The Lord of the Rings: The Rings of Power, believed to be the most expensive series ever made.

Last September, the show began with a bang, delivering the biggest debut ever on the streamer in what Amazon Studios chief Jennifer Salke called "a very culturally defining moment" for the company. But when season one wrapped, the show was less defining than hoped, falling short of being the breakout hit that Amazon had envisioned.

While Amazon, like other streamers, provides only limited data — and internally, it held information even more closely than usual on the series — sources confirm that The Rings of Power had a 37 percent domestic completion rate (customers who watched the entire series). Overseas, it reached 45 percent. (A 50 percent completion rate would be a solid but not spectacular result, according to insiders). The show has not been a major awards contender, either, overlooked by the major guilds with the exception of one SAG-AFTRA nomination for stunt ensemble.

But according to Salke, the series has worked. “This desire to paint the show as anything less than a success — it’s not reflective of any conversation I’m having internally,” she says. The second season, currently in production, will have more dramatic story turns, she adds. “That’s a huge opportunity for us. The first season required a lot of setting up.”

Data from Nielsen on minutes watched reveals that when it comes to original shows generally, Amazon has lagged. In 2022, Netflix hoovered up the top 10 spots for original streaming series, with Amazon’s *The Boys* in 11th place — ahead of *The Rings of Power* at No. 15. Using the same measurement, none of the top 15 originals of 2021 came from Amazon. (Netflix again took all the slots except for Hulu’s *The Handmaid’s Tale* in 10th place, Apple’s *Ted Lasso* at 12, and Disney+’s *WandaVision* in the 14th spot.)

Many current and former Amazon executives, as well as showrunners who have series at the streamer and agents who make deals there, believe that this is no accident. They describe Amazon Studios as a confusing and frustrating place to do business. When it comes to movies, where Amazon’s footprint is expanding following the \$8.5 billion acquisition of MGM a year ago, a veteran producer says that, in recent years, “there has been no sense of what the philosophy is.”

On the series side, numerous sources say they cannot discern what kind of material Salke and head of television Vernon Sanders want to make. A showrunner with ample experience at the studio says, “There’s no vision for what an Amazon Prime show is. You can’t say, ‘They stand for this kind of storytelling.’ It’s completely random what they make and how they make it.” Another showrunner with multiple series at Amazon finds it baffling that the streamer hasn’t had more success: Amazon has “more money than God,” this person says. “If they wanted to produce unbelievable television, they certainly have the resources to do it.”

But Salke believes the studio’s approach fits Amazon’s broad remit. “I have never been one to say [to the creative community] ‘We need five action franchise shows and three workplace situation comedies.’ That’s the kiss of death,” she says. “You don’t reverse-engineer true creative vision. We are programming for over 250 million households across the entire globe. We would say we have a big, broad audience, and we are looking for content that entertains the four quadrants.” (That is, male and female, under 35 and over 35).

The question that makes many in Hollywood nervous is whether the Amazon Studios overlords in Seattle believe they are getting enough bang for their megabucks. The last thing the industry wants at a time of belt-tightening is a cutback in spending from a deep-pocketed buyer. According to Salke, that concern is misguided. “The proof exists that the giant tentpole shows are driving people to subscribe to Prime,” she says. “Do we pressure ourselves to be more disciplined, more strategic? Of course. We consistently examine if we’re producing the right amount of content at the right value to drive the most engagement across our service.”

Like Apple, Amazon is not a traditional entertainment company but a huge retailer with a side hustle in Hollywood. Amazon’s view is that the more hours you spend watching Prime Video, the more likely you are to renew your membership and the more likely you are to shop on the site. As Amazon, like Netflix, pursues overseas growth in the wake of saturation in the U.S., Salke notes that in some countries like South Africa and

Argentina, Amazon's programming is the tip of the spear, entering the territory before retail sales or fast, free shipping is even available. "International is everything," she says. "It is our business to deliver global shows for a global audience."

The streamer has certainly had its success stories, including buzzy shows like *Transparent*, *The Marvelous Mrs. Maisel* and *Fleabag*, and popular series like *The Boys*, *Jack Ryan*, *Jack Reacher* and *The Terminal List*. But it has arguably never had a brand-defining show that is a commercial and critical juggernaut in the vein of HBO's *Game of Thrones*, Netflix's *Stranger Things* or Apple's *Ted Lasso*. And all of those Amazon series, except *Jack Reacher* and *The Terminal List*, were launched when Salke's predecessor, Roy Price, ran the studio. (Price departed in 2017 amid allegations of improper conduct; Salke took over in 2018.)



Jennifer Salke

One of Salke's first greenlights was *Daisy Jones & The Six*, based on the Taylor Jenkins Reid novel and co-produced by Reese Witherspoon's *Hello Sunshine*. Lauren Neustadter, president of film at *Hello Sunshine*, says she and Witherspoon had lunch with Salke just as she was starting at Amazon. "She was really clear and articulate in her vision" for what she wanted to do with the job, Neustadter says. "Reese and I both said *Daisy* is all the things she was talking about. The book, the show, fashion — we had big dreams for this."

Amazon put more than \$140 million into production, in part due to high COVID protocol costs. The show dropped March 3 with solid numbers and eventually topped Parrot Analytics' weekly engagement chart. The 2-year-old novel popped back onto Amazon's best-seller list, and the retailer is able to sell tie-in merchandise. *Aurora*, an album featuring songs from the fictional band, is climbing the Billboard charts. However, insiders say the show remains shy of the breakout hit the studio hoped for. (Released around the same time, Donald Glover's *Swarm* is also delivering strong results for Amazon at a more modest \$30 million budget.)

A far more costly and troubled production was the Russo brothers' *Citadel*, which debuts on April 28. Anthony Russo says Salke first approached AGBO, the Russos' production company, with a general concept of making a U.S. show with international foreign-language versions. AGBO came up with "a global spy show where you would have a mothership U.S. language show" alongside foreign-language versions in other countries, Russo says. The various versions are "related to one another, but they also exist independently and distinct from one another." Some of the international shows may be set in different time periods, he adds.

Amazon has committed to three seasons of three versions of the show; so far, a local-language production is underway in Italy and in early stages in India. "We love the ability to communicate with people all over the world, and to connect people through stories," Russo continues. "Amazon and Jen basically brought us a brand-new opportunity to do that at a scale that's never been attempted before."

But in December 2021, with production well underway, the Russo brothers decided to replace showrunner Josh Appelbaum. "It was clear after some audience feedback and discussion that some changes needed to be made," says Mike Larocca, president and co-founder of AGBO. "We felt like it needed some more character work early to draw people into the show. It was that straightforward." Appelbaum declined to comment.

David Weil took over as showrunner. When Joe Russo came on set, a "huge bunch of material" was tossed out, an insider says. Sources say the cost of the series climbed toward \$300 million, making it Amazon's second-most expensive show after *LOTR*. (In an onstage March 10 conversation with Salke at SXSW, Priyanka Chopra said her work on *Citadel* was the first time she had achieved pay parity in 22 years. That prompted some Amazon executives to joke internally that this was actually the first and second time, since she and the other leads on the show got paid significantly more than planned due to the massive reshoots.)



Joseph Russo (R) and his brother Anthony Russo

While the original plan called for eight hourlong episodes, the show that will drop on Amazon in April ended up at six, roughly 40-minute episodes. Amazon has already renewed it for a second season of six hourlong episodes. “There are a couple of relationships where I don’t really understand the bet that is being made,” says one Amazon veteran of the commitment to the project. “But Jen believes in the Russos.”

The challenges on Citadel can happen with the “best-managed creative endeavors with the highest level of talent,” Salke says. “Given the choice of making it mediocre or fucking great — we made the right call there. And at the end of the day, our customers will be the judge.”

Hunters and A League of Their Own, which is ending with a truncated season two, stand out as expensive disappointments of the Salke era. The latter cost in the ballpark of \$90 million for eight episodes, including a premium paid to Sony for certain rights.

What generates some of the frustration that sources cite in dealings with Amazon is that Salke, who was previously president of NBC Entertainment, seems to be pursuing conflicting goals. Despite her assertion that Amazon is “a home for talent,” insiders say the mandate is increasingly not on finding the kind of curated hit that defines HBO, but more middle-of-the-road, meat-and-potatoes shows like Jack Reacher. “We’re so desperate right now for safe hits,” an Amazon exec says. (Netflix has also been pursuing broader material.)

But at the same time, current and former Amazon executives say Salke has a pattern of “chasing what she perceives as hot,” as one insider puts it. That person cites as examples paying a premium for Daisy Jones because of the Witherspoon connection, or making a Dead Ringers series, based on the 1988 David Cronenberg film, that came with Rachel Weisz attached. Salke makes deals with auteur talent to “deliver Jack Reacher results,” says an Amazon veteran. “But they don’t.”

Amazon recently renewed The Peripheral, a sci-fi drama from Jonah Nolan and Lisa Joy that cost close to \$175 million for eight episodes (sources say their final eight-episode season of Westworld at HBO cost about \$140 million). Amazon has ordered six additional hours of The Peripheral despite what sources say has been lukewarm audience engagement. “It probably should have been canceled,” says an insider. “But they made a megadeal and the political capital they would lose with Lisa and Jonah would be too great. And they have other shows coming.” Fallout, the next show from Nolan and Joy, is also “extremely expensive,” says a source.

Nolan and Joy’s deal has been worth at least \$20 million a year since they signed on in 2019. One insider calls the Nolan deal the worst example of Salke’s mantra that Amazon is “a home for talent.” He adds: “We cede decisions to powerful producers. We hold the line on other producers who do great work for us.” Nolan and Joy declined to comment.

Some rich Amazon deals have failed to produce anything at all. In the wake of serving as an executive producer on Them, Lena Waithe got a two-year deal worth \$8 million a year that yielded nothing; in November 2021, she moved her banner to HBO Max.

And in September 2019, Amazon announced a deal with Phoebe Waller-Bridge, who had just swept up six Emmys for the second season of Fleabag. The plan was for Waller-Bridge to collaborate with Donald Glover on a Mr. and Mrs. Smith series, based on the 2005 film.

But within a few months, Waller-Bridge departed the show due to clashing creative styles. Her three-year deal, at \$20 million a year, bore no fruit, yet Amazon recently renewed it, announcing that Waller-Bridge would write (but not star in) a Tomb Raider series. Some Amazon insiders have questioned how much she will contribute to the project, noting that Amazon has been seeking a showrunner to help write and oversee it.

The low-key Sanders bristles a little at the assertion. “Phoebe has not only fully embraced Tomb Raider and I think is feeling very committed to it, but she’s in a writers room right now working on it,” he says. Waller-Bridge is developing other material for the streamer as well, he adds, “She’s a perfectionist, so she absolutely wants to make sure that what she does is great and right, but she’s proven that when she does deliver, she delivers.” Waller-Bridge declined to comment.

But a showrunner with considerable experience at Amazon sees it differently: “They don’t learn from their mistakes. They [say], ‘We can’t do any more deals like that.’ You turn around and they’re right back to — the impolite term is ‘star-fucking.’” For creative executives at the studio, the result has been exasperation. “They say, ‘We don’t want to buy from outside studios,’” says a former Amazon exec. “Then packages come and they buy everything that comes through the door, and our development is thrown out.”

One of Salke’s early hires at Amazon was Sanders, who had worked very closely with her as head of current programming at NBC. At Amazon, Salke initially made him co-head and then sole head of television. Before coming to Amazon, Sanders was overseeing NBC shows that were already up and running rather than developing and launching shows. Some Amazon insiders complain that he doesn’t offer them enough in the way of direction.



Vernon Sanders

“No one knows what he likes,” says a former executive at the streamer. In a similar vein, a producer who’s worked with Amazon says, “Vernon seems so sincere, but when you talk to him about a project, you come away not knowing where you stand. What kind of shows does he really care about making? At the end of the day, that makes it hard for talent to truly trust him.”

Sanders says his job is simply not to program for his own taste, echoing Salke’s point about the importance of international. “We have over 250 million global customers, so our goal is to program for everyone — we have a big, broad and diverse audience,” he says. “We see that as one of our strengths. We can produce global tentpoles as well as inventive, character-driven series, with plenty in between. And our customers welcome it all. That’s why *Lord of the Rings* and *Swarm* can co-exist and succeed on our service.”

Another complaint is that Sanders relies heavily on feedback from focus groups, which tend to favor broad and less inclusive programming. Several Amazon insiders say the reliance on testing and data led to a clash late last summer, when an Amazon executive said in a marketing meeting for the series *A League of Their Own* that data showed audiences found queer stories off-putting and suggested downplaying those themes in materials promoting the show. Series co-creator Will Graham became greatly concerned about bias built into Amazon’s system for evaluating shows, which multiple sources say often ranked broad series featuring straight, white male leads above all others. One executive calls *A League of Their Own* “a proxy for how diverse and inclusive shows are treated.”

Graham launched into an interrogation of the system, questioning multiple executives about it. Amazon took the issue seriously and dropped the system of ranking shows based on audience scores. Insiders cite this show as one that Sanders did passionately support, but for months after it dropped, there was no word on whether it would be renewed. Ultimately, Amazon agreed to a four-episode second and final season. Still, several Amazon veterans believe the system remains too dependent on those same test scores. “All this perpetuation of white guys with guns — it’s a self-fulfilling prophecy,” says one. And another: “Relying on data is soul crushing ... There’s never, ‘I know the testing wasn’t that great, but I believe in this.’” Graham declined to comment.

One executive says it was different when Salke first took charge at Amazon. “She shot from the hip, she went with her gut, and she didn’t let data overrule her,” this person says. “But she hired a staff that was in over their heads in terms of being able to get those shows produced at a number. I think if we had [FX boss] John Landgraf or [HBO’s] Casey Bloys or somebody who had more credibility and direct interaction with the development of shows, it would be so much easier to spend less. But we kind of act like it doesn’t matter if we have deep conversations with talent. A guy like Donald Glover would think, ‘No way in hell I’m doing a deal with these guys unless they overpay me.’ I know we’re third or fourth on their priority list. Agents are direct about it: ‘You guys pay a premium for being Amazon.’ They have clients who would much rather work at other places.”

Salke responds: “If people say my gut’s been tamped down, there’s no evidence for that.”

Even some producers who have successful television projects at Amazon say its executive structure remains confusing to the point of opacity. A recent reorganization — the latest of several — does not seem to have done much to clarify things. An executive at a production company that has done repeat business with Amazon says it's hard to know "who you should go to if you want to bring [a project] to them." Says a showrunner who has had success at the streamer: "I couldn't honestly tell you who reports to whom. It keeps changing."

Some of the confusion around Amazon may arise from conflicting goals at the top. Mike Hopkins, Amazon's senior vice president for Prime Video & Amazon Studios, is a seasoned business executive and a veteran of Sony and Hulu but does not come from the creative side. A top industry executive who dealt with him at Hulu calls him "a seemingly egoless, laid-back, efficient manager." A former Amazon executive says Hopkins is a "very intelligent, very calm and collected leader, but all he seems to care about is the bottom line. He doesn't understand a lot about production because he doesn't come from that." Hopkins declined to comment.

Salke is known as a charismatic leader who has "a great touch around talent," says an agent. But one long-standing complaint is that she can be hard to reach and unresponsive to texts or emails. "I really like Jen," says an executive whose company has done repeat business with Amazon. "When you get her, she's really engaged. She's obviously spread thin, but if you actually get her, you can get a pretty clear answer." That issue might only be exacerbated as, in the past year, Salke has taken on responsibility for MGM's film and television studios, as well as marketing oversight.

On the fundamental issue of money, Hopkins and Salke were destined to clash. "Her strategy is to get whatever seems hot. Mike's vision was to cut costs on shows and get football," says a former insider. In 2021, Amazon became the first streamer to make an exclusive deal with the NFL, signing an 11-year pact for exclusive rights to Thursday Night Football at \$1 billion per season. Amazon's sports chief, Jay Marine, told staff in a September note that the launch game produced "the biggest three hours for U.S. Prime sign ups ever in the history of Amazon." But while the streamer had told advertisers it expected to average 12.5 million viewers per game, at the end of the season Amazon said it had 11.3 million viewers, while Nielsen calculated 9.6 million average viewers. Amazon has said it compensated advertisers for the shortfall but offered no specifics.

In recent months, current and former Amazon executives say, Salke seemed to be in a political battle with Hopkins. "Mike is a lot about budgets and that's not something she reacts well to," says one. But a top executive at another entertainment company says his lack of creative experience hampers his ability to limit spending on shows and movies. "That's why he says yes when Jen says we've got to pay Simon Kinberg \$8 million for a project," this person says.

That's a reference to the spy thriller *Red Shirt*, written by writer-producer Kinberg with Channing Tatum attached to star. The project, acquired in November based on a treatment and short video heavily featuring Tatum, had several bidders, but Amazon offered the richest overall package. The film calls for Tatum to be paid \$25 million, with a staggering \$18 million for director David Leitch. Add in Kinberg's \$8 million for

writing and producing services and the deal represents one of the highest, if not the highest, payment for an original pitch in Hollywood dealmaking history. Kinberg, Tatum and Leitch declined to comment.

And that's only one of several pricey film bets that Amazon has made. Salke put in a preemptive bid for *Air*, the Nike movie with Ben Affleck and Matt Damon. Affleck says Salke was his point of contact during the making of the film and he found her to be "straightforward, and true to her word." Salke "always had thoughtful ideas and notes," he adds. "We took almost all of them."

But an executive at a competitor calls the deal for *Air* "crazy," claiming, "She just bought it off a pitch, went in and bought it for \$160 million." (Industry sources say it cost far less to produce.) "Matt made more money on [*Air*] than any other movie but *Bourne*. She just took it off the table," says the executive. (Affleck and Damon declined to comment on the deal.) Another source involved with the project says he's certain some competitor would have matched the deal. While it's uncertain the film, which has garnered critical acclaim, will gross enough at the box office to be profitable, the value of having it to lure subscribers to the streaming service may justify the expense.

Recently, Salke has been perceived as pivoting toward film. Several Amazon sources believe there was a tug-of-war with Hopkins over who would have oversight of the MGM film studio. Initially, Hopkins intended to hire former Fox and Paramount executive Emma Watts and have her report to him. But then Watts — a seasoned but sometimes sharp-elbowed exec — was out of the picture, despite having gone through vetting. Amazon announced in November that Salke, not Hopkins, would have direct oversight of the film studio despite her very limited film experience. Amazon declined to comment on the switch.

Given Salke's background in television, many in the film community assumed she would need to hire an executive with strong movie experience to oversee MGM films. But some Amazon insiders believe she wanted to give the job to Julie Rapaport, the executive in charge of original movies for the streamer. While Rapaport is well-liked, in the view of several outside movie execs, she lacks the experience to run MGM film.

If Salke indeed wanted Rapaport in the job, there was one big snag. MGM's crown jewel is the James Bond franchise, which is controlled by Barbara Broccoli. Sources say Broccoli made it clear that she needed an experienced movie executive at the helm of MGM's film division. The sources also believe that Salke put her foot wrong with Broccoli by mentioning a possible Bond TV project, which Broccoli would not want. And following the acquisition of MGM's distribution arm, they say, Broccoli was not impressed when weeks passed during which Amazon did not communicate with the longtime marketing and distribution executives who Broccoli sees as vital to handling the Bond films, leaving them in doubt as to whether they would keep their jobs. (A source says one of those executives, the late Erik Lomis, fought to move *Creed III* out of a crowded November to a March release date, giving Amazon a hit that has grossed \$250

million.) Salke says, “We have deep respect for Barbara and Michael” — a reference to Michael G. Wilson, her Bond producing partner. Broccoli did not respond to a request for comment.

Amazon went through a protracted who’s who of potential hires before settling on former Warner Bros. executive Courtenay Valenti. Sources say Salke was chilly to Valenti during the hiring process, which Salke denies. Valenti joins former longtime Warner Bros. executive Sue Kroll, who in October became head of marketing for Amazon Studios and MGM. Even Amazon critics say Salke made an excellent move in hiring Kroll, who brings a much-needed boost to promoting Amazon films and series. Now reunited, both Valenti and Kroll will report to Salke.

Part of what irks some Amazon entertainment executives is that, as part of a supersized tech company, the studio must contend with an idiosyncratic culture that often doesn’t mesh with traditional Hollywood practices. (In a sense, Amazon the parent is as alien to Hollywood as previous outsiders who have come and gone: Coca-Cola, Matsushita, a wave of German investors.) Amazon culture manifests itself in many ways that go beyond the well-known everyone-flies-coach rule. The compensation system caps base cash pay at \$350,000 for all employees (exclusive of signing bonuses) plus stock options, which for a high-level executive will make up the bulk of pay. The base pay cash ceiling was \$160,000 until last year, when the cap was increased due to the declining stock price. Over the past 12 months, the stock has been down more than 35 percent. (In contrast, at Netflix, executives can decide what percentage of their compensation they will take in stock options.)

“A lot of people there are not that incentivized to stick their necks out,” says an agent. “Everyone’s sort of marking time to get as much stock [to vest] as they can. That’s no way to run it. This is a hit-driven, risk-taking business.”

Another Amazon tradition: Only top executives have offices. Until this year, other high-level execs have worked in assigned cubicles. Since January, however, the vast majority have to contend with “agile seating,” meaning they work at unassigned cubbies in designated “neighborhoods,” and are provided with lockers for their belongings. “These things are coming from so high up [in the company],” says an Amazon Studios insider. “It just contributes to the sense of anonymity — that nobody knows where their own spaces and belongings are.” This arrangement seems to be in favor with some tech types; Jason Kilar was “adamant” about imposing a similar plan at HBO and HBO Max, according to a source, though equivalent top executives at Netflix do get offices.

Meanwhile, the broader company is now facing very public challenges: In January, Amazon announced the biggest workforce cuts in the company’s history, laying off more than 27,000 of its 1.6 million employees. So far, the studio has been spared, though a hiring freeze is in effect.

Industry executives feel it's imperative to keep as many buyers in the game as possible, and some worry that the NFL deal has shown Amazon a way to sign up subscribers in a way that is not as unpredictable as making scripted entertainment. Says one former insider, "In bringing Mike in, they wanted to keep Jen in check. Then you add sports and in 24 hours make more progress than in eight years of TV. The whole sports launch changed the prism of how they look at the ecosystem and what role film and TV and music plays into it."

So far, Amazon hasn't hinted at any unhappiness with the return on its content spend, which was \$7 billion on Amazon Originals, live sports and licensed third-party video content in 2022. That's up 28 percent from the previous year, thanks in part to the cost of football and Lord of the Rings. (In comparison, Netflix spent about \$18 billion.) According to Consumer Intelligence Research Partners, Amazon's U.S. Prime subscribers stalled last year at 168 million, essentially flat from 2021. (The company last publicly disclosed a Prime subscriber number in 2021, when it said it had "over 200 million" globally.)

During a February earnings call, Amazon CFO Brian Olsavsky sounded upbeat. "We regularly evaluate the return on the spend [on content] and continue to be encouraged by what we see, as video has proven to be a strong driver of Prime member engagement and new Prime member acquisition." Speaking at a New York Times Dealbook summit in November, CEO Andy Jassy said he could see a possible future in which Amazon's entertainment operations could work as a stand-alone business "with very attractive economics." He added, "All of that content is a really important ingredient in why people choose to sign up to Prime." But Amazon watchers might have noted that he mentioned Thursday Night Football in particular. The company will continue to invest in sports, he said, "a unique asset with an unrivaled ability to drive Prime sign-ups."

Additional reporting by Lesley Goldberg.

VANITY FAIR

GRAB THE POPCORN

What Will It Take to Bring Audiences Back to the Movies?

A new study shows that hordes are hungry for entertainment—if Hollywood (and the movie theaters) can get out of their own way.



BY NATALIE JARVEY

MARCH 31, 2023



If you've gone to a movie theater recently, it was probably for a reunion of sorts. The familiar faces of *Ant-Man*, *Adonis Creed*, and *John Wick* have been some of the biggest box office draws so far this year, adding to the already overflowing mountain of evidence that audiences will only turn out to theaters for superheroes and sequels.

Hollywood has been wringing its hands about the state of the theatrical business since ticket sales cratered during the early days of the pandemic. "The audience is just not there anymore" for dramas aimed at adults, one industry insider lamented to *Vanity Fair* last year as Oscar hopefuls *Armageddon Time*, *Tár*, *She Said*, and *Women Talking* struggled to find audiences. But squint a little at early 2023 US box office returns, and there might be signs for hope. The wholly original (and much-hyped) horror comedy *M3GAN* has made more than \$95 million on a \$12 million budget. The sleepy Tom Hanks drama *A Man Called Otto* has surprised with \$64.2 million in grosses. Meanwhile, zeitgeisty comedy thriller *Cocaine Bear* overindexed with the extremely online and pulled in \$62.6 million.

“There is an audience out there, and there is an appetite and a desire to go back to theaters,” says UTA CEO Jeremy Zimmer, whose agency recently commissioned a study that, among other findings, backs up what is playing out around the country: That if studios make the right kind of movies, audiences *will* come.

The study from the agency’s research group, UTA IQ, offers a generally optimistic outlook on the future of movie theaters, though 2022 grosses remained woefully below a prepandemic high. In a poll of 2,000 Americans between the ages of 15 and 69, 75% said they planned to maintain (or even increase) their moviegoing this year. Perhaps more notably, 33% said they would go to the movies *more*—if there were more distributed that they were interested in seeing.

That might seem self-evident, but film industry observers have been saying for a while that studios need to put more movies—and not just big-budget franchises—in theaters if they expect cinephiles to pay up for tickets, and that hasn’t exactly happened. “I think there needs to be a little more courage and encouragement to make those kinds of movies,” says Zimmer, pointing to mid-budget films like the 1994 crime drama *The Shawshank Redemption* and the 2005 sports biopic *Cinderella Man*.

Look no further than the saga of the \$150 million Nancy Meyers rom-com, which Netflix scrapped over concerns about the budget. Though she’s been shopping it to other studios, no new distributor has been announced. That’s a big number for a romantic comedy, but the movie’s struggle could also be read as a sign of how undervalued films aimed at adult women are *and* how much more reticent execs are to take a swing on a project not based on pre-existing intellectual property.

Hollywood likes to blame the rise of streaming for the challenging box office climate. After Netflix began investing in big-budget action flicks and dramas from Oscar-winning filmmakers, it became a lot more enticing for audiences to stay home on a Friday night. Then the pandemic hit and traditional theatrical windows (the period of time when a movie is distributed exclusively at theaters) collapsed. But the UTA study found that for two-thirds of consumers it doesn’t really matter how quickly a film becomes available on streaming. The box office performance of *Ticket to Paradise* backs that up. The George Clooney and Julia Roberts rom-com made \$68.3 million in theaters even as it became available for streaming on Peacock only 45 days after its release.

That doesn’t mean every movie belongs in theaters. As Zimmer puts it, “Every movie has its own potential and its own lack of potential.” More than a third of US consumers are being more discerning about the movies that they will see in theaters, according to the UTA study. But it’s generally accepted that giving a film a theatrical push can have a halo effect as that title makes its way to home video and streaming.

That seems to be at least some of the calculus behind Apple and Amazon’s decisions to put more films in theaters. Apple has said it will debut Martin Scorsese’s highly anticipated *Killers of the Flower Moon* in a wide release before it streams on Apple TV+, and Amazon plans to release up to 15 movies in theaters annually. Among the big upcoming tests for the e-commerce giant is *Air*, the Ben Affleck-directed Nike story starring Affleck and Matt Damon. When it bows on April 5, it will become the first Amazon film in four years to have an exclusive theatrical release.

In just a few weeks, studio executives will travel to Las Vegas to present their 2023 slates to theater owners. Among the projects they're expected to tout are *The Flash*, a *Dune* sequel, and new installments of the *Mission: Impossible*, *Indiana Jones*, and *Guardians of the Galaxy* franchises. If the theater chains want Hollywood's help bringing people back to the movies, Zimmer has a request for them too: Instead of spending their time finding new ways to make more money from the people *still* going to the theaters, they should focus on making it an outing worth paying for. "For the most part, you go to a mall and the theaters are disgusting," he says. "They're not doing anything to make it a better experience. They come to us and they say, 'Have your filmmakers support the theatrical release.' And our filmmakers go, 'We'd love to support your theatrical release but first you gotta make your theater experience better.'"

Apr 3, 2023 5:12pm PT

Warner Bros. Looks to Close Deal for ‘Harry Potter’ HBO Max Series

By J. **Kim Murphy**



Warner Bros. Discovery is looking to close a deal to produce a “Harry Potter” television series.

According to Bloomberg, which was first to report news of developing talks, the project would be directly based on J.K. Rowling’s best-selling book series, rather than an in-universe spinoff such as the “Fantastic Beasts” films. Each season would reportedly draw from one of the books, suggesting an ongoing franchise that would stretch for years for the studio.

An HBO Max spokesperson declined to comment.

Under the deal, Rowling would maintain a degree of creative involvement with the series, though she would not serve as primary creator or showrunner.

Sources close to the situation suggest that talks between Warner Bros. Discovery and Rowling’s camp remain in a preliminary state. The studio is looking to house the series under its streaming banner HBO Max, soon to be combined with Discovery+ and rebranded under a new name.

Warner Bros. has long pursued a “Harry Potter” television series, with rumblings about the project emerging in January 2021, predating WarnerMedia’s acquisition by Discovery in 2022.

News of the developing deal comes as Warner Bros. Discovery prepares to host an April 12 presentation for investors and the general public. The event will preview the integration of HBO Max and Discovery+ as well as the company's upcoming slate of streaming content.

Warner Bros. had previously adapted each book in Rowling's "Harry Potter" series into a blockbuster feature, beginning with "Harry Potter and the Philosopher's Stone" in 2001 and concluding with "Harry and the Deathly Hallows – Part 2" in 2011. The eight films generated more than \$7.7 billion at the global box office and popularized the "Potter" brand even further.

Even with the original book and film series having long concluded, the property has remained a dominant cultural force, spawning theme park attractions, the spinoff film series "Fantastic Beasts," a hit Broadway production in "Harry Potter and the Cursed Child" and the recent hit video game "Hogwarts Legacy."

MOVIE NEWS

Apple, Sony Set Thanksgiving Theatrical Release for Ridley Scott's 'Napoleon'

From Apple Original Films, the historical epic starring Joaquin Phoenix will play exclusively on the big screen before making its streaming debut in another sign that the tech giant is serious about moving into the theatrical space.

BY **PAMELA MCCLINTOCK** APRIL 3, 2023 11:00AM



A first-look at Ridley Scott's 'Napoleon,' starring Joaquin Phoenix

In another major theatrical move, Apple Original Films is teaming with Sony to give Ridley Scott's *Napoleon* an exclusive worldwide run on the big screen before debuting the movie on Apple TV+. The historical epic opens in cinemas Nov. 22, the eve of the lucrative Thanksgiving corridor.

Directed by Scott from a screenplay by David Scarpa, *Napoleon* stars Joaquin Phoenix as the infamous French emperor and military leader. The film is from Apple Studios in conjunction with Scott Free Productions.

The news comes just one week after Apple Original Films announced it will partner with Paramount in giving Martin Scorsese's *Killers of the Flower Moon* an exclusive theatrical run prior to its streaming launch. The Western crime drama, starring Leonardo DiCaprio and Lily Gladstone, opens in a limited run on Oct. 6, before expanding nationwide Oct. 20 (the film will make its world premiere at the Cannes Film Festival in May).

Both films will stream globally on Apple TV+ following their exclusive theatrical releases.

Until now, streamers have shied away from a traditional theatrical release, opting instead to make their movies available fairly quickly on their respective platforms. However, many cinemas, including the major chains, won't play a title unless it has an adequate exclusive window (these days, that can mean 35 to 40 days).

This has posed issues for filmmakers and talent who are used to a major spot on the marquee. And there's growing evidence that a theatrical berth ups the profile of a picture and provides an important financial revenue stream.

Hence, Apple and Amazon are now breaking ranks and wading into theatrical in a major way. This week, for example, Amazon Studios opens Ben Affleck's *Air* exclusively in theaters. (Amazon doesn't have to partner with a major studio to distribute its original films since it now owns MGM.)

One difference: *Killers of the Flower Moon* was previously set up at Paramount, so the studio already had co-distribution rights. In the case of *Napoleon*, Apple selected Sony to partner with.

All of this is good news for theater circuits, which are hungry for event titles. Thanksgiving is one of the busiest times of the year at the multiplex, and *Napoleon* is a welcome addition to the menu. As the calendar stands now, it opens opposite Disney's animated tentpole *Wish*, which will go after families.

Opening the weekend before on Nov. 17 are Lionsgate's *The Hunger Games: The Ballad of Songbirds and Snakes* and Universal's animated holiday offering *Trolls Band Together*. And, at the same time it dated Apple's *Napoleon* for Nov. 22, Sony announced it will now open Eli Roth's horror pic *Thanksgiving* on Nov. 17 as well (the film is inspired by the fictitious trailer in *Grindhouse*).

In Monday's *Napoleon* announcement, Apple noted that Sony's "distinct commitment" to theatrical windows drove significant box office returns for such pandemic-era films as *Spider-Man: No Way Home*, *Where the Crawdads Sing* and *Venom: Let There Be Carnage*, among other titles.

Napoleon is described as an original and personal look at Napoleon's origins and his swift, ruthless climb to emperor, viewed through the prism of his addictive and often volatile relationship with his wife and one true love, Josephine, played by Vanessa Kirby.

THE STATE OF ENGLISH-SPEAKING FAST WORLDWIDE

By Gavin Bridge ✓

f t t p e +



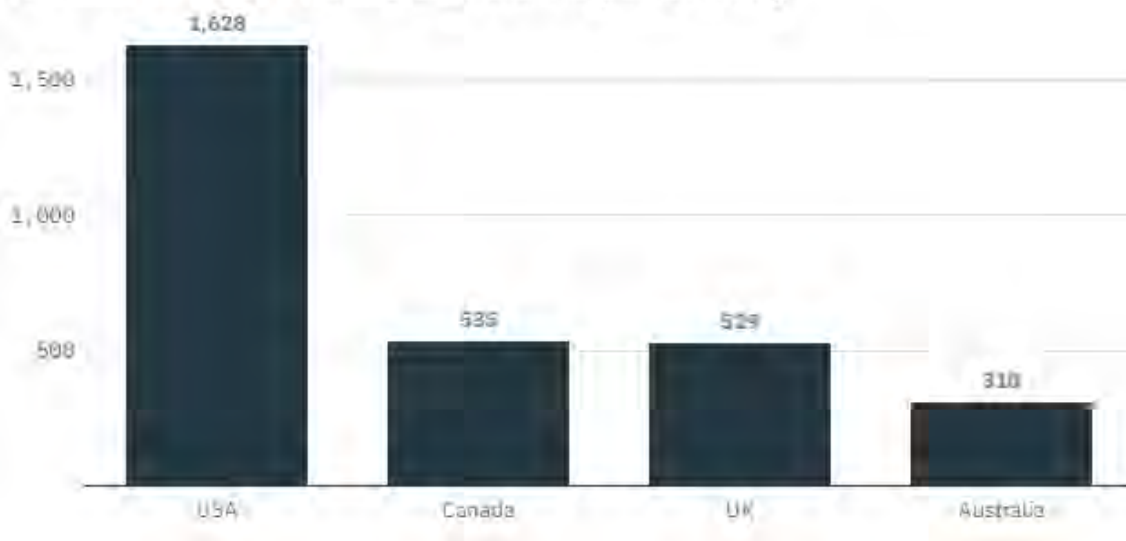
FAST may get a lot of domestic coverage given the companies involved and the scale of the market offering, but the international side of free streaming channels should not be forgotten.

Top 5 Global FAST Markets in 2027



That may seem strange to say considering how immense the U.S. FAST market is predicted to be. Analysts Omdia, in Blue Ant Media's recent FAST report, forecast that in 2027, FAST revenues in America will be worth \$10.1 billion, while the next three markets — all English speaking — will be worth \$1.1 billion.

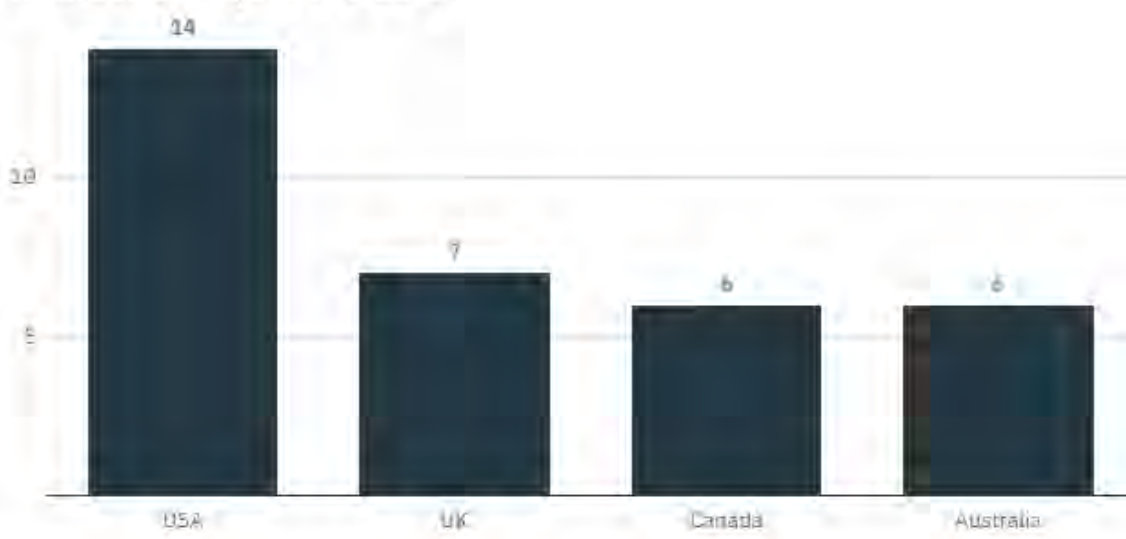
Number of FAST Channels Available per Country



That is still good money to be a part of and explains why U.S. FAST giants such as Freevee, Pluto TV, Samsung TV Plus, LG Channels+, Plex, and Roku Channel are all active in at least one additional English-speaking region. Samsung, LG and Plex are available in each of the U.K., Canada and Australia, with the others in one or two.

Tubi should also be mentioned. As Fox's streaming service put it in their own words in VIP+ 's last report on the FAST market, they view AVOD as the primary source of future revenue for free streaming and, as such, only offer FAST channels currently in the U.S. with AVOD-only functionality in Canada and Australia.

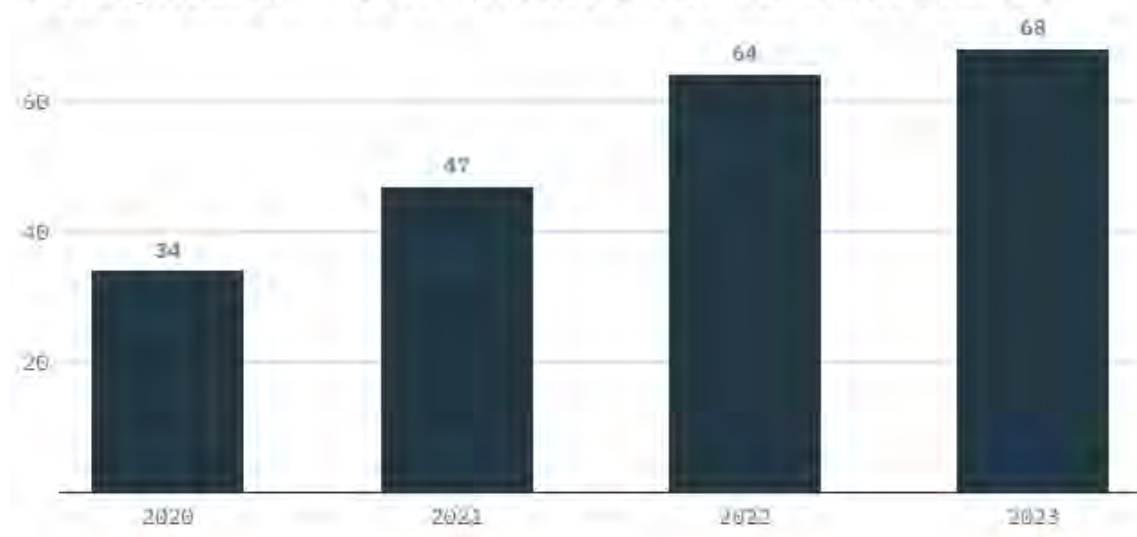
Number of Major Providers



Money aside, it makes sense for platforms and channels active in the U.S. to enter other English-speaking markets. There is an economy of scale at play, as content does not need to be dubbed into a local language or have subtitles added. The shared culture across the major Western powers also helps, as it means that local audiences will accept content coming from the U.K. or Canada to the U.S., or vice versa.

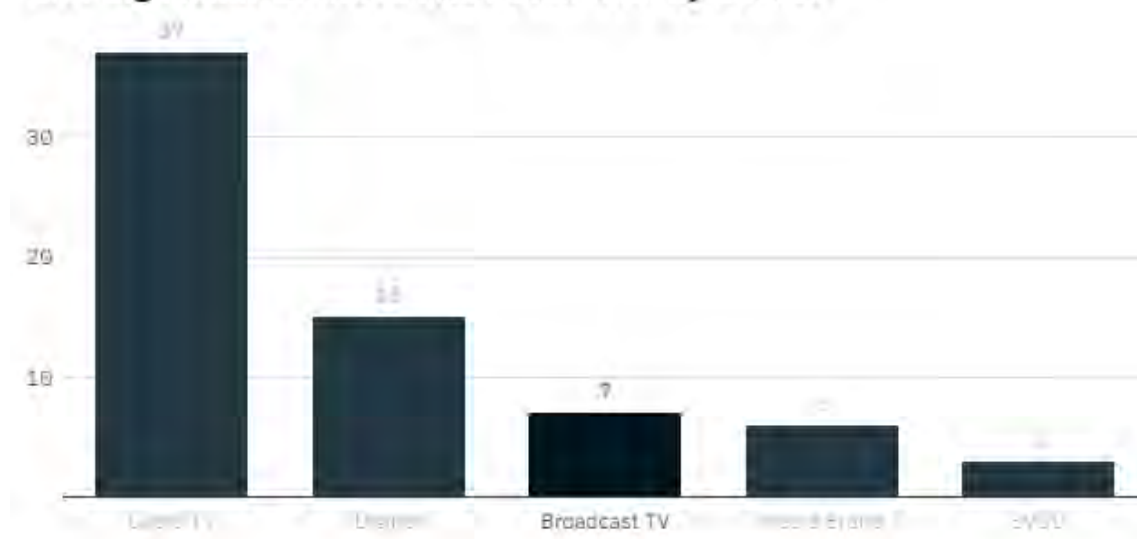
To that note, it's worth pointing out that both Canada and the U.K. each currently have over 500 FAST channels available, a feat especially impressive for Canada considering that its population is almost half that of Great Britain and Northern Ireland. While America's 1,628 dwarves the other countries, so does its population count, and that shouldn't be considered the yardstick of success.

U.S. Big Media Brands With at Least One Branded FAST Channel



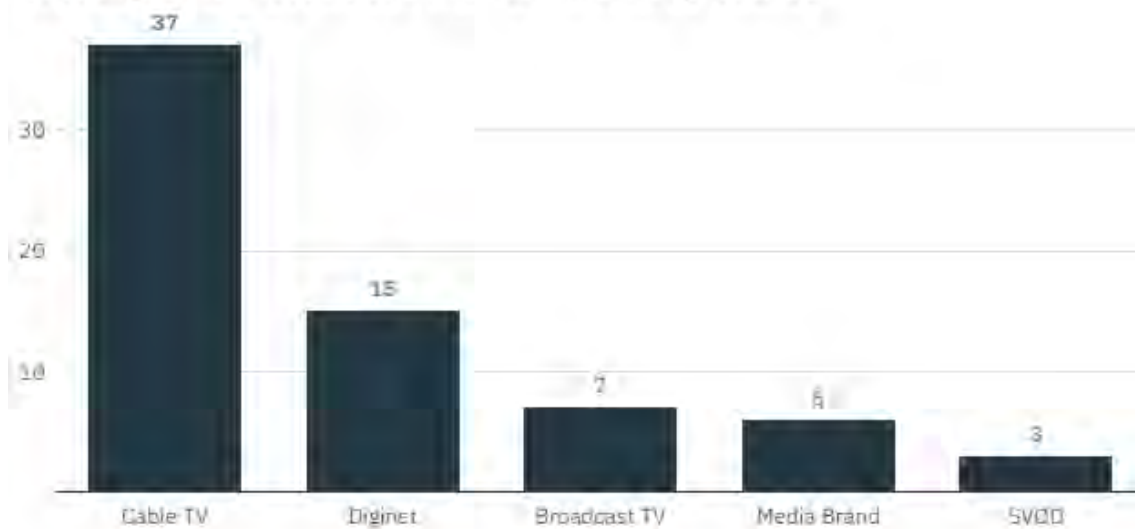
Big media brands have embraced FAST in the U.S., with VIP+ counting 68 distinctive entities with at least one FAST channel each in 2023 in the U.S. With many of these companies also active overseas, this is a pattern other regions should see occur.

U.S. Big Media-Branded FAST Channels by Source



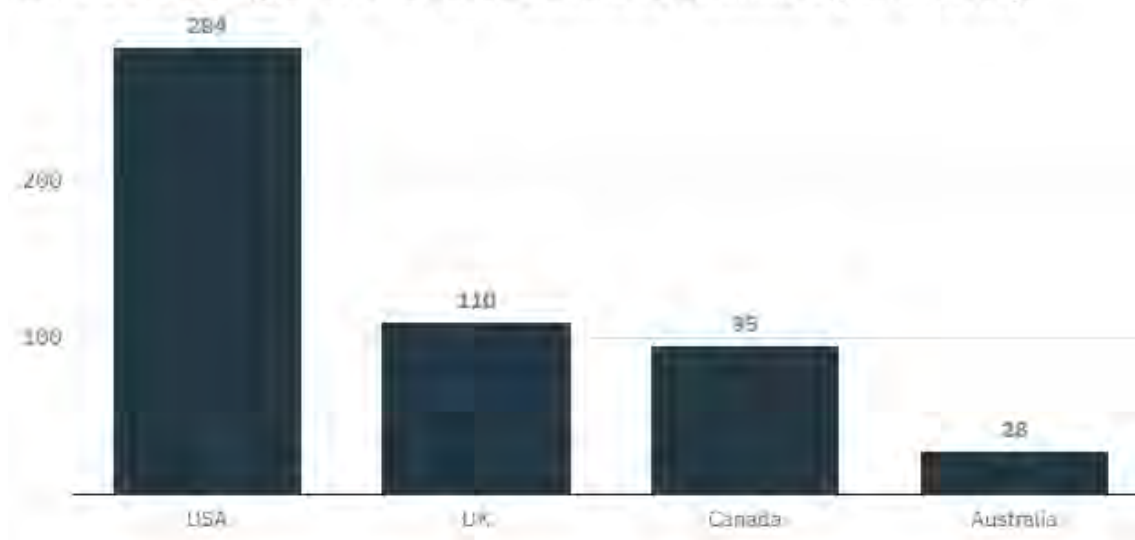
One important factor to consider with international FAST is it doesn't need to follow the same trajectory as the older American market. By this we mean the innovations in FAST content can be immediately adopted by newer regions rather than following the same trajectory as the U.S.

U.S. Big Media-Branded FAST Channels by Source



This includes formats that incorporate live content mixed with scheduled programming (such as news, sports and now some lifestyle), the inclusion of original content, and single-series channels. These channels represent an innovation on traditional TV — essentially nonstop marathons of a show, if sometimes run out of order — and are one of FAST’s best tools to attract and keep viewers engaged with channels.

Number of Single-Series FAST Channels Available per Country



The American market has the most with 284, but it is very interesting to note that the U.K. already has 100 — over a fifth of all channels — with Canada fast approaching the 100 mark. Australia has fewer with 28, but it is worth noting that domestic services like SevenPlus have already embraced single-series channels with 17 based on classic Australian shows.

International FAST markets will likely never catch up with the U.S. for a variety of reasons: scale, difference in infrastructure such as diginets being embraced by media companies, viewing habits of consumers.

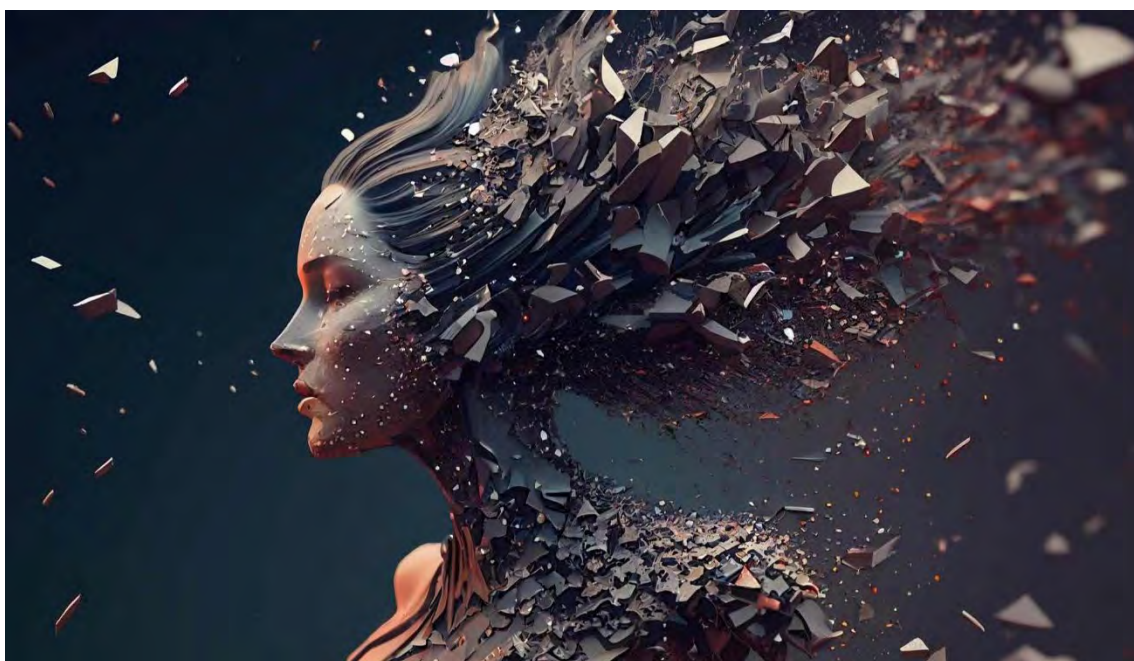
But FAST will continue to grow and with English-speaking countries predicted to take the lion's share of global FAST revenue within the next four years, having them as part of a distribution strategy is something any company involved in free streaming must do.

ReasonWhy.

El metaverso se desinfla frente a la Inteligencia Artificial, según los movimientos de Disney, Meta y Microsoft

Las grandes compañías cambian su hoja de ruta y apuestan por soluciones de beneficio inmediato

Los líderes en entretenimiento y tecnológicos recortan empleos en las divisiones del metaverso



Redacción 04/04/2023 · 09:05

En octubre de 2021, Facebook cambiaba oficialmente su nombre a Meta. Era algo más que una declaración de intenciones. Suponía marcar la pauta del modelo de negocio que estaba por venir. Se abría la veda del metaverso, un concepto que no era ni mucho menos nuevo, puesto que fue enunciado en 1992 por primera vez en *Snow Crash*, una novela de ciencia ficción creada por Neal Stephenson. Tampoco era una concepción inédita, porque desde mediados de los 2000 surgieron plataformas como *Second Life*, mundos virtuales abiertos en los que el usuario se representaba por un avatar.

Menos de un año y medio después, el metaverso es un fiasco reconocido incluso por las partes que invirtieron millones de euros en lo que se consideraba como una evolución de Internet y que iba a abrir nuevas relaciones entre marcas y consumidores, así como un ámbito de relaciones sociales que nunca antes había existido.

Pero la Inteligencia Artificial, con aplicación mucho más demostrable y que ya reporta beneficios directos, ha engullido las inversiones de las compañías, que han vuelto a reestructurar sus departamentos.

Disney liquida la división del metaverso

El caso reciente más notable es el de Disney, que ha eliminado la unidad de negocio que estaba dedicada al metaverso, donde trabajan 50 personas que se encargaban de explorar la "narración de historias y experiencias de consumo de última generación". Este recorte se integra en una estrategia que es común en la industria del entretenimiento y en el universo de las tecnológicas, que se han propuesto estrechar las masas salariales: 7.000 empleados en el caso de Disney.

El metaverso aparece
como la última de las
prioridades para las
compañías, a pesar de
que todas cayeron en
la espiral
inversionista

En estos procesos de mengua de recursos, el metaverso aparece como la última de las prioridades para las compañías, a pesar de que todas cayeron en la espiral inversionista que duró meses. El ex CEO de Disney, Bob Chapek, hablaba del metaverso como "una importante oportunidad de crecimiento, no solo en la unidad de parques temáticos, también para otras divisiones". Y no puede decirse que su sucesor, Bob Iger, sea un escéptico en lo que a realidades tecnológicas se refiere, porque desempeñó durante años cargos directivos en Apple.

En Meta han perdido la fe

Incluso los que hicieron un mayor apostolado a favor del metaverso han perdido la fe en que esta unidad les vaya a reportar un beneficio inmediato, algo que en otro contexto no habría sido tan exigente, pero sí en el actual de incertidumbre y cambios estructurales. Meta, de Facebook, ha sufrido una sangría laboral en los últimos tiempos, con miles de empleos recortados, incluso en la unidad Metaverse en la que tanto entusiasmo había depositado Mark Zuckerberg.

De hecho, son los empleados de esta división, junto a los que trabajan en Reality Labs, división de hardware -la realidad aumentada es otro elemento de trabajo en decadencia-, los que están en el punto de mira del departamento de Recursos Humanos de la empresa. Y esto, lógicamente, está afectando a las otras firmas del grupo como Instagram. Se busca un modelo de negocio más realista, con productos accesibles y de consumo más rápido que no necesiten décadas de implantación o asimilación.

De igual modo que se produjo un torrente de versiones entre finales de 2021 y comienzos de 2022, estos meses se está desencadenando una cascada de renuncias al metaverso. Es difícil quedarse en un segmento si se elimina la competencia, que a fin de cuentas motiva la innovación y activa el consumo.

Microsoft: el hardware de alto desarrollo no funciona

Recientemente, Microsoft anunció que despedirá a la mayor parte del equipo que trabaja en Hololens, una división dedicada a generar hardware que luego se pudiera utilizar en el metaverso. Porque el decaimiento del software lleva necesariamente a la liquidación de todos los dispositivos creados para su uso y disfrute.



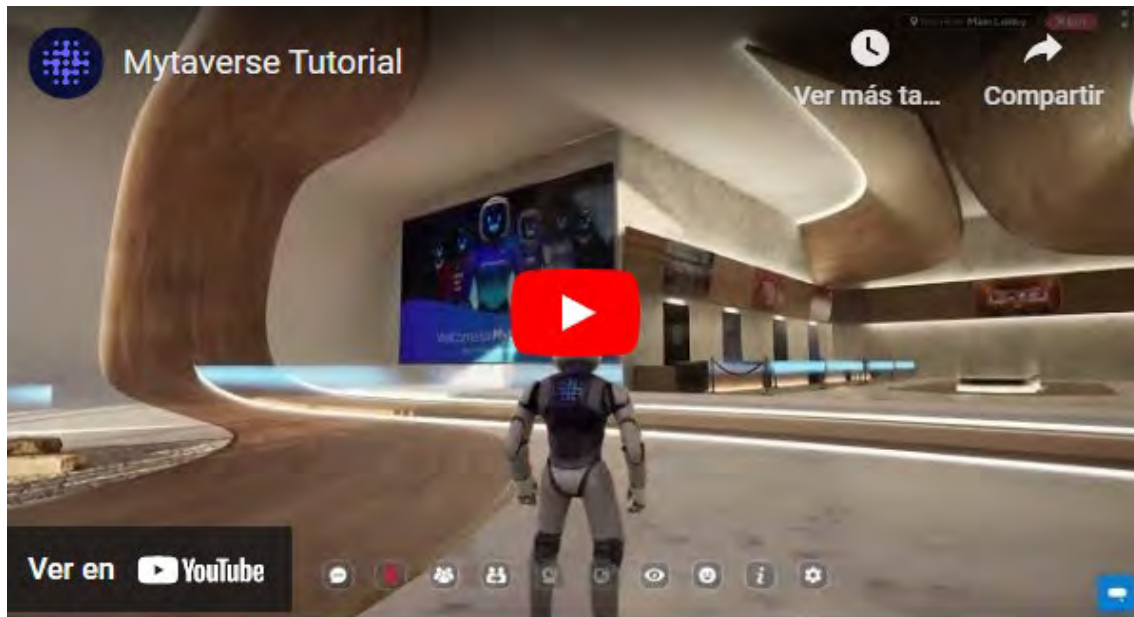
Sin embargo, como en toda crisis, hay elementos discordantes que han decidido militar contra las contradicciones. Es el caso de Mytaverse, una empresa fundada en 2020 por Kenneth Landau y Jaime López que diseña plataformas basadas en la nube para entornos de trabajo multiusuario e inmersivos en 3D.

La resistencia de Mytaverse

En la ronda inicial de Mytaverse, llevada a cabo en febrero de 2022, participaron compañías como PepsiCo. "A principios de los 2000, la gente desconfiaba de la web 2.0. Después, arrasó con todo, desde en el ámbito de las compras, con Amazon, hasta en el de la socialización, con Facebook. Muchas empresas se perdieron estas victorias. Con el metaverso pasará igual. Ya está aquí y solo va a crecer. Al igual que en la web 2.0., la gran área de crecimiento estará en la empresa", aseguran sus fundadores.

En el caso de Mytaverse se plantea un enfoque diferente sobre el hardware a utilizar en el metaverso, puesto que se permite a los usuarios iniciar sesión a través de su teléfono, ordenador u otros dispositivos, reduciendo la barrera de entrada. Sin embargo, ya empieza a ser popular la denominación 'meh-taverse', como una

fórmula sonora de ironizar sobre el descalabro de una idea inicial, que no está muerta, pero que sí debe ser reconducida hacia una realidad más palpable. No es factible generar un entorno de consumo masivo si a él solo acaban entrando elementos aislados.



Es decir, las empresas están viviendo una curva de aprendizaje similar a la que experimentaron con la tecnología blockchain y todo lo que deriva de ella, como los NFT o las criptomonedas. En un principio, todo el mundo se sumergió para que nadie pudiera señalarles por no haber participado en un movimiento empresarial que movilizó millones de euros en varias fases. Sin embargo, las empresas moderaron el desarrollo en este sentido hasta ponerlo al servicio de su actividad diaria y orientarlo a soluciones con los clientes.

La autenticación, otro reto pendiente

Pero en este camino se pierden activos y recursos, por lo que no todas las empresas están dispuestas a mantenerse, simplemente esperando a que se encuentren las soluciones ideales. De ahí la decisión tomada por Walmart, que cerró un espacio de merca en el juego abierto Roblox. El emplazamiento virtual se denominaba "Universe of Play" y tenía como objetivo llegar a la Generación Z a través del metaverso. En este caso se puso sobre la mesa la cuestión de la privacidad infantil, otro elemento de conflicto para el que los creadores del metaverso todavía no han encontrado un blindaje efectivo.

Como en cualquier realidad digital, la conversión en avatar y la autenticación de los personajes entraña un riesgo y un esfuerzo para la encriptación. Trabajar en estos entornos seguros es otro de los grandes deberes de un metaverso que está en fase de ensayo y error, pero que todavía no ha encontrado la realización efectiva que necesita un universo que nació con vocación de ser alternativo, pero que todavía está a medio construir. Su realización es más costosa que lo físico y palpable, no tanto en servidores o alojamiento, sino en hacer creer al ciudadano y, por tanto, consumidor, que el metaverso es efectivamente una nueva realidad que satisface sus intereses y necesidades.



La serie sobre Jesús que se ha convertido en un fenómeno y deberías ver en Semana Santa

MOVISTAR PLUS **ASÍ ES...**

La serie sobre Jesucristo que se ha convertido en un fenómeno y deberías ver esta Semana Santa

Movistar Plus+ estrena el 6 de abril 'The Chosen (Los elegidos)', un éxito mundial que han visto más de 450 millones de espectadores en 140 países.

5 abril, 2023 **Belén Prieto** @belenprietol

Con motivo de la llegada de la Semana Santa, Movistar Plus+ estrena el próximo 6 de abril la serie *The Chosen (Los elegidos)*, una ficción con un enfoque muy moderno y diferente sobre la vida de Jesucristo que ha sido todo un éxito en medio mundo y ha cautivado a muchos espectadores.

La primera temporada de la serie llega a la plataforma el 6 de abril y la segunda entrega estará disponible desde el día 7. *The Chosen*, que ya estaba disponible en Plex y acontra+, se define a sí misma como la primera adaptación 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)* presenta a Jesús como alguien muy normal, simpático, magnético y con mucho sentido del humor. Se enfoca en los personajes y el contexto histórico de los Evangelios, con una figura como la Jesús que aparece de una manera nunca vista antes en pantalla.



De qué va

La serie está narrada desde las personas que le conocieron, sin situar a Jesús en el centro, y apostando por la diversidad racial y la presencia femenina a través de personajes que tienen una entidad propia.

Más concretamente, *The Chosen* (Los elegidos) se sitúa en Judea, en el siglo I, presentando a 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 dará un giro radical cuando conozcan 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.

La crítica la aplaude

Ideal para maratonear estos días de descanso, la primera temporada de *The Chosen* (Los elegidos) está compuesta por ocho episodios, que suman un capítulo especial (El pastor), y su segunda entrega tiene una estructura similar, contando otros ocho episodios y otro especial (Los mensajeros).

Habiendo llegado a más de 450 millones de espectadores y más de 140 países, esta serie se ha traducido a 56 idiomas y fue financiada íntegramente por donantes, convirtiéndose en el mayor crowdfunding de la historia de las producciones audiovisuales.

Desde que se estrenó en 2017, en la propia aplicación móvil homónima creada para ver los primeros episodios de la serie de forma gratuita, la serie ha cautivado al público y la crítica a partes iguales, por su forma de traspasar los límites del texto de la Biblia.



En España, la primera temporada se presentó en la SEMINCI de Valladolid (en la sección Seminci Series) y llegó a estrenarse en salas de cine el pasado mes de diciembre de 2022.

El equipo detrás

El creador y director es Dallas Jenkins, que también es coguionista junto a Ryan Swanson y Tyler Thompson. Jenkins es un cineasta protestante que dirigió un cortometraje sobre el nacimiento de Jesús contado desde el punto de vista de un pastor (The Shepherd). Después de ver su corto, un productor de Utah se interesó en el proyecto tras ver el y decidió iniciar la campaña de financiación.

El reparto de la serie lo componen Jonathan Roumie (The Newsroom, The Good Wife), como Jesús; Shahar Isaac (The Good Fight), como Simón Pedro; Elizabeth Tabish (The Son), como María Magdalena; Erick Avari (La momia), como Nicodemo; Paras Patel (Nashville), como Mateo; George H. Xanthis (American Crime Story), como Juan, y Amber Williams (Cinco lobitos), como Tamar, entre muchos otros.

MARATÓN SEMANA SANTA

"The Chosen (Los Elegidos)", la serie de la que todo el mundo habla, llega esta Semana Santa y es ideal para un maratón

Los días 6 y 7 de abril se estrena en Movistar Plus+ la serie "The Chosen" (Los elegidos), que trata sobre la vida de Jesús, pero de una forma en la que jamás se ha mostrado.



Jonathan Roumie será el encargado de dar vida al protagonista, Jesús, en la serie The Chosen Los Elegidos

Carla C. 04/04/2023 7m 50s

Más de 450 millones de espectadores en más de 140 países, así como su traducción a 54 idiomas avalan el éxito de la nueva ficción de Movistar Plus+. El próximo día 6 de abril aterriza en la plataforma de streaming "The Chosen (Los Elegidos)", una serie que promete revolucionar la ficción internacional.

Con dos temporadas por delante, "The Chosen (Los Elegidos)" supone la primera adaptación cinematográfica sobre la vida de Jesús, al que se muestra de una forma "personal, íntima, e inmediata". De hecho, la serie está enfocada en los personajes y el contexto histórico de los Evangelios, con la figura de Jesús de una manera nunca vista en pantalla.

Cada una de las dos temporadas iniciales con las que "The Chosen (Los Elegidos)" arranca su andadura en Movistar Plus+ consta de ocho episodios, a los que en la primera temporada se suma un capítulo especial titulado "El Pastor". Con ellos, los espectadores podrán emocionarse y engancharse a una historia que conocen, pero que nunca han visto desde este enfoque.

"The Chosen (Los Elegidos)" se ambienta en la Judea del siglo I con 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.



Así es "The Chosen (Los Elegidos)"

Unos personajes cuya vida da un giro radical al conocer 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.

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.

Un éxito sin precedentes

Las críticas de aquellos que ya han visto "The Chosen (Los Elegidos)" defienden la visión poco habitual de las mujeres en este tipo de historias que da la serie. Con ello, presenta a unos personajes llenos de matices diferentes a los que estamos acostumbrados al disfrutar de producciones sobre la vida de Jesús.

Y lo cierto es que la serie llega a España después de un rotundo éxito internacional. Más de 450 millones de espectadores en más de 140 países han visto esta serie que ha sido traducida a 56 idiomas. Un éxito avalado además por su nada convencional sistema de financiación.

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).



El equipo

El reparto principal de "The Chosen (Los Elegidos)" lo forman Jonathan Roumie ("The Newsroom", "The Good Wife", que da vida a Jesús; Shahar Isaac ("The Good Fight"), como Simón Pedro; Elizabeth Tabish ("The Son"), que interpreta a María Magdalena; Erick Avari ("La momia"), en el papel de Nicodemo; Paras Patel ("Nashville") es Mateo; George H. Xanthis ("American Crime Story"), es quien se mete en la piel de Juan, y a Amber Williams ("Cinco lobitos"), la veremos como Tamar.

El creador y director de la cinta es Dallas Jenkins, que también es coguionista junto a Ryan Swanson y Tyler Thompson. Jenkins es un cineasta protestante a quien se conoce por haber dirigido un cortometraje sobre el nacimiento de Jesús contado desde el punto de vista de un pastor ("The Shepherd"). Un productor de Utah se interesó en el proyecto tras ver el corto y decidió iniciar la campaña de financiación para esta producción.

Oleada de críticas positivas

La llegada de "The Chosen (Los Elegidos)" a Movistar Plus+ está avalada por una imponente oleada de críticas y valoraciones positivas que destacan tanto el buen hacer de la serie como de sus personajes, que apoyan la inmejorable acogida que ha tenido entre el público internacional.

"Es un éxito. Está tan bien hecha y es tan entretenida como muchos dramas vistos en la red" destacan en "The Atlantic". Mientras que "El Periódico", por su parte, la califica de "magnífica, sublime. Un soplo de aire fresco e instrumento de hacer el bien".

Palabras similares utiliza Cope para hablar de una serie que considera "una obra espiritual magnífica. Divertida, emocional y rigurosa. Las interpretaciones son espléndidas y algunos de los capítulos son excepcionales".

"Un mundo narrativo bien producido y con sustancia que va más allá del mero proselitismo", es la visión de Common Sense Media sobre la ficción, que Cinemagavia asegura que "no se queda en los hechos bíblicos de manera reverencial. El guion está cargado de creatividad y humor. Esto le permite atraer las miradas más allá de las fronteras".



Argumentos más que válidos para unirse al estreno en Movistar Plus+ de "The Chosen (Los Elegidos)" el próximo jueves 6 de abril..



'The Chosen', el fenómeno global llega con motivo de la Semana Santa a Movistar Plus+

4 de abril de 2023

Se trata de la primera adaptación cinematográfica en varias temporadas sobre la vida de Jesús, al que se muestra de una forma personal, íntima e inmediata. Suma más de 450 millones de espectadores. Las dos primeras temporadas llegarán completas a partir del 6 de abril.



Llega en Semana Santa a Movistar Plus+ una de las series de éxito que ha conquistado el mundo en los últimos años. 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 consta de ocho episodios y un especial, la segunda temporada sigue la misma estructura. La serie llegará a Movistar Plus+ a partir del 6 de abril.

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.



La serie se trata de 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 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.



El reparto cuenta con Jonathan Roumie (The Good Wife), Shahar Isaac (The Good Fight), Elizabeth Tabish (The Son), Erick Avari (La Momia), Paras Patel (Nashville), George H. Xanthis (American Crime Story) y Amber Williams (Cinco lobitos), entre otros.

El creador y director es Dallas Jenkins, quien trabaja de coguionista con Ryan Swanson y Tyler Thompson.



LOS LUNES SERIÉFILOS

Así es 'The Chosen (Los elegidos)': la serie que muestra a un Jesucristo como nunca antes visto

Mario Cerdeño Salinero 29 Marzo, 2023



La serie 'The Chosen (Los elegidos)' llega a Movistar Plus+ en Semana Santa para mostrar a un Jesús como nunca antes visto

'The Chosen (Los elegidos)', uno de los fenómenos globales, creada por Dallas Jenkins, llega a Movistar Plus+. La serie, enfocada en los personajes y el contexto histórico de los Evangelios, se estrena en la plataforma el 6 y 7 de abril.

La historia más grande jamás contada se presenta en una serie de varias temporadas con la figura de Jesús de una manera nunca vista antes en pantalla. 'The Chosen (Los elegidos)' ha cosechado una audiencia de más de 450 millones de espectadores en más de 140 países. Jenkins es coguionista junto a Ryan Swanson y Tyler Thompson.

El reparto de 'The Chosen (Los elegidos)' lo componen Jonathan Roumie ('The Good Wife'), como Jesús; Shahar Isaac ('The Good Fight'), como Simón Pedro; Elizabeth Tabish ('The Son'), como María Magdalena; Erick Avari ('La momia'), como Nicodemo; Paras Patel ('Nashville'), como Mateo; George H. Xanthis ('American Crime Story'), como Juan, y Amber Williams ('Cinco lobitos'), como Tamar, entre otros.



Un Jesús nunca antes visto

La primera temporada de la serie 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.

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.

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.

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+. La primera temporada llega completa el 6 de abril y la segunda, el 7 de abril.

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.

'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

Omnes

CINE

The Chosen, una buena elección para ver estos días

The Chosen, que puede verse ahora en Movistar Plus y Shazam son las recomendaciones audiovisuales de Patricio Sánchez Jáuregui para este mes de abril

Patricio Sánchez-Jáuregui · 4 de abril de 2023 · Tiempo de lectura: < 1 minutos



The chosen

Este mes de abril te traemos novedades, clásicos, o contenido que aún no has visto en el cine o en tus plataformas favoritas.

“The Chosen” se ha convertido, por derecho propio, en la mejor representación en pantalla de la vida de Cristo. Con una escritura y desarrollo de los personajes excepcionales, es una obra tan cautivadora como “La Pasión”, pero más humana.

Esta adaptación cinematográfica sobre la vida de Jesús lleva ya 3 temporadas y tienen planeado llegar a ocho. Todo ello habiendo conseguido dinero de particulares a través de crowdfunding. Una suma de dinero que no ha dejado de crecer exponencialmente desde que se estrenó el primer episodio.

Esta Semana Santa la serie llega a Movistar Plus+, después de ser la más vista de acontra+.

Pero no solo eso. A nivel mundial ha sido un éxito de audiencia y de la crítica (solo por detrás de “Breaking Bad” en IMDB) y que viene cargada de galardones.



The Chosen

Director: Dallas Jenkins

Actores: Jonathan Roumie,
Shahar Isaac, Elizabeth
Tabish, Paras Patel, Erick
Avari, Yasmine Al-Bustami,
Noah James, Amber Shana
Williams y Vanessa

Benavente

Plataforma: Movistar /
acontra+



‘El limpiador’ vuelve en mayo a Movistar Plus+ con el estreno de su segunda temporada

La segunda temporada nos trae nuevos fichajes y más escenarios insólitos habitados por los personajes más inusuales.

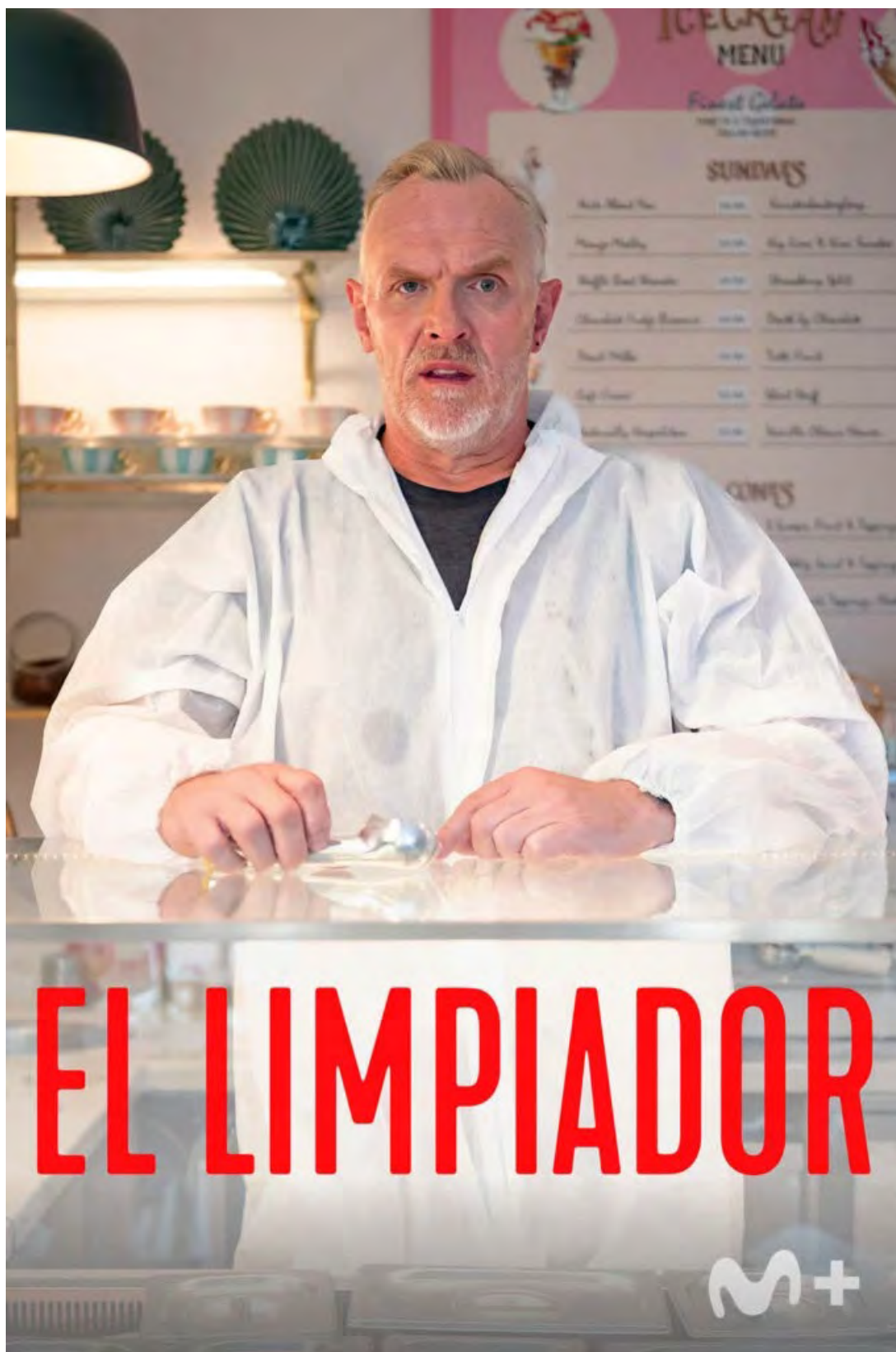
Besay García Benítez 4 de abril de 2023

Movistar Plus+ ha anunciado que el próximo jueves 11 de mayo estrenará la segunda temporada de ‘El limpiador’, la divertida sitcom creada y protagonizada por Greg Davies.

En la primera entrega descubrimos que el trabajo de Wicky era bastante peculiar: limpiar las escenas del crimen le daba acceso a todo tipo de historias rocambolescas.

En la segunda temporada, armado nuevamente con sus productos químicos, cepillos para fregar y trapos de limpieza, Wicky volverá a eliminar los restos más espantosos en insólitos escenarios, incluidos un teatro, una tienda de electrodomésticos y una casa señorial. Es aquí donde conocerá a los personajes más inusuales y se dejará atrapar por sus mundos.

Al reparto de esta segunda temporada de 6 episodios se unen Harriet Walter, Asim Chaudhry, Charlie Rawes, Zoë Wanamaker, Simon Callow, John MacMillan, Alex Lawther, Susannah Fielding, Roisin Conaty, Mark Lewis Jones, Rudi Dharmalingam, Joshua McCord, Louis Emerick, Amy Morgan, Jemma Carlton, Rebecca Lee y Shakin' Stevens.





‘El Limpiador’ vuelve en mayo a Movistar Plus+ con una T2 con nuevas y famosas caras

Raúl Amores 04 Abril, 2023



Entre los nuevos fichajes de la segunda temporada de la comedia negra de Greg Davies tenemos a Harriet Walter (‘Succession’), Charlie Rawes (‘Dune’) y Asim Chaudhry (‘Sandman’)

Tendremos nuevos episodios de una de las comedias negras británicas más divertidas de la actualidad: ‘El limpiador’ vuelve con su temporada 2 a Movistar Plus+ en mayo. La serie creada y protagonizada por el cómico británico Greg Davies, en el papel de Wicky, volverá a limpiar las escenas del crimen y a acceder tras estas a todo tipo de rocambolescas historias.

Además, lo hará incorporando a su reparto a nuevas y reconocidas caras como las de Harriet Walter (‘Succession’), Charlie Rawes (‘Dune’) y Asim Chaudhry (‘Sandman’). En palabras de Greg Davies: «Estoy muy emocionado de que Wicky regrese para otra ronda de limpieza. El reparto de esta serie es brillante».

La temporada 2 de ‘El Limpiador’ se estrena 11 de mayo de 2023 en Movistar Plus+. Dos episodios nuevos cada jueves. La primera entrega está disponible al completo en el VOD de la plataforma española.

Sinopsis de la temporada 2 de ‘El Limpiador’

En la segunda temporada, armado nuevamente con sus productos químicos, cepillos para fregar y trapos de limpieza, Wicky volverá a eliminar los restos más espantosos en insólitos escenarios, incluidos un teatro, una tienda de electrodomésticos y una casa señorial. Es aquí donde conocerá a los personajes más inusuales y se dejará atrapar por sus mundos.



De momento no tenemos avance en español (ni siquiera subtitolado)

Los nuevos fichajes

Junto a Greg Davies y los tres importantes y reconocidos nombres que os hemos dado antes, se suman al reparto de esta temporada 2 de 'El limpiador':

Zoë Wanamaker ('Britannia'), Simon Callow ('Cuatro bodas y un funeral'), John MacMillan ('La Casa del Dragón'), Alex Lawther ('The End of the F***ing World'), Susannah Fielding ('This Time with Alan Partridge'), Roisin Conaty ('After Life'), Mark Lewis Jones ('Outlander'), Rudi Dharmalingam ('The Lazarus Project'), Joshua McCord ('The Tuckers'), Louis Emerick ('Zapped'), Amy Morgan ('Showtrial'), Jemma Carlton ('Maxine'), Rebecca Lee ('¡Llama a la comadrona!') y la leyenda del pop Shakin' Stevens.



Imagen de la temporada 2 de 'El Limpiador'

SERIES

“El limpiador”, la segunda temporada de la comedia negra, se estrena el 11 de mayo en Movistar Plus+

4 de abril de 2023



Cuddle (Charlie Rawes), Wicky (Greg Davies) y Lisa (Harriet Walter) en "El limpiador"

La segunda temporada de “El limpiador” se estrena el 11 de mayo en Movistar Plus+ con doble episodio. Se emitirán dos episodios nuevos cada jueves.

En la primera entrega descubrimos que el trabajo de Wicky era bastante peculiar: limpiar las escenas del crimen le daba acceso a todo tipo de historias rocambolescas.

En la segunda temporada, armado nuevamente con sus productos químicos, cepillos para fregar y trapos de limpieza, Wicky volverá a eliminar los restos más espantosos en insólitos escenarios, incluidos un teatro, una tienda de electrodomésticos y una casa señorial. Es aquí donde conocerá a los personajes más inusuales y se dejará atrapar por sus mundos.

Para su creador y protagonista, el cómico Greg Davies: “Estoy muy emocionado de que Wicky regrese para otra ronda de limpieza. El reparto de esta serie es brillante”.

Nuevos fichajes

Junto a Greg Davies, se suman al reparto en esta segunda temporada: Harriet Walter (Esto te va a doler, Succession), Asim Chaudhry (People Just Do Nothing, Sandman), Charlie Rawes (Dune), Zoë Wanamaker (Britannia), Simon Callow (Cuatro bodas y un funeral), John MacMillan (La Casa del Dragón), Alex Lawther (The End of the F***ing World), Susannah Fielding (This Time with Alan Partridge), Roisin Conaty (After Life), Mark Lewis Jones (Outlander), Rudi Dharmalingam (The Lazarus Project), Joshua McCord (The Tuckers), Louis Emerick (Zapped), Amy Morgan (Showtrial), Jemma Carlton (Maxine), Rebecca Lee (¡Llama a la comadrona!) y la leyenda del pop Shakin Stevens.

El limpiador es la adaptación inglesa de la serie de culto alemana, Der Tatortreiniger (2011), y está creada y protagonizada por el cómico británico Greg Davies (Cuckoo, Man Down, The Inbetweeners, We Are Klang, El show de Katy Brand).

Junto a Davies, esta segunda temporada está coescrita por Paul Allen, Ronan Blaney, Barry Castagnola, Meg Stalter y Mike Wozniak. Dirigen Tom Marshall y Dominic Brigstocke.

La primera temporada (7 episodios) ya está disponible en Movistar Plus+. La segunda entrega (6 episodios) llega el 11 de mayo a la plataforma en doble episodio. Dos nuevos episodios cada jueves.



La segunda temporada de la comedia negra, El limpiador, se estrenará el 11 de mayo en Movistar Plus+



4 de abril de 2023

En la primera entrega descubrimos que el trabajo de Wicky era bastante peculiar: limpiar las escenas del crimen le daba acceso a todo tipo de historias rocambolescas.

En la segunda temporada, armado nuevamente con sus productos químicos, cepillos para fregar y trapos de limpieza, Wicky volverá a eliminar los restos más espantosos en insólitos escenarios, incluidos un teatro, una tienda de electrodomésticos y una casa señorial. Es aquí donde conocerá a los personajes más inusuales y se dejará atrapar por sus mundos.

Para su creador y protagonista, el cómico Greg Davies: «Estoy muy emocionado de que Wicky regrese para otra ronda de limpieza. El reparto de esta serie es brillante».

NUEVOS FICHAJES

Junto a Greg Davies, se suman al reparto en esta segunda temporada: Harriet Walter ('Esto te va a doler', 'Succession'), Asim Chaudhry ('People Just Do Nothing', 'Sandman'), Charlie Rawes ('Dune'), Zoë Wanamaker ('Britannia'), Simon Callow ('Cuatro bodas y un funeral'), John MacMillan ('La Casa del Dragón'), Alex Lawther

(‘The End of the F***ing World’), Susannah Fielding (‘This Time with Alan Partridge’), Roisin Conaty (‘After Life’), Mark Lewis Jones (‘Outlander’), Rudi Dharmalingam (‘The Lazarus Project’), Joshua McCord (‘The Tuckers’), Louis Emerick (‘Zapped’), Amy Morgan (‘Showtrial’), Jemma Carlton (‘Maxine’), Rebecca Lee (¡Llama a la comadrona!) y la leyenda del pop Shakin’ Stevens.

‘El limpiador’ es la adaptación inglesa de la serie de culto alemana, ‘Der Tatortreiniger’ (2011), y está creada y protagonizada por el cómico británico Greg Davies (‘Cuckoo’, ‘Man Down’, ‘The Inbetweeners’, ‘We Are Klang’, ‘El show de Katy Brand’).

Junto a Davies, esta segunda temporada está coescrita por Paul Allen, Ronan Blaney, Barry Castagnola, Meg Stalter y Mike Wozniak. Dirigen Tom Marshall y Dominic Brigstocke.



neeo

4 de abril de 2023



Las críticas

DEL SR. CASANOVA



«Quien se enfada por las críticas reconoce que las tenía merecidas», Tácito



Damian Lewis y
Guy Pearce.

‘Un espía entre amigos’

El próximo 13 de abril, se estrena esta miniserie, de seis capítulos, inspirada en la historia real de dos de los agentes secretos más célebres del mundo del espionaje moderno.

Movistar Plus+ SERIE · ‘THRILLER’ · +16. T1. 6 cap. 60 min. Dir.: Nick Murphy. Int.: Guy Pearce, Damian Lewis, Anna Maxwell Martin. EE. UU. 2022.

Muchas series de espionaje han tratado temas como la traición y la lealtad en el contexto de la Guerra Fría, especialmente títulos como *The Americans* (Disney+) o *El infiltrado* (Prime Video), y muchas de ellas están basadas en las novelas de John le Carré. Pero esta excelente miniserie adapta la obra de otro grande del género, quizás menos conocido, Ben Macintyre. Las novelas del primero son complejas, introspectivas y oscuras, pero las de Macintyre se basan en hechos reales y su estilo es más periodístico y enfocado en la narración de los hechos. El escritor tiende a centrarse en eventos históricos y en figuras clave del espionaje.

Y esto es lo que hace la nueva miniserie,

que nos cuenta la historia del espía británico Kim Philby, quien existió realmente. Fue un agente doble que trabajó en secreto para Moscú y operó en los niveles más altos de la comunidad de inteligencia británica. La serie sigue la historia de Nicholas Elliott (Damian Lewis), amigo cercano de Philby (Guy Pearce) en el mundo del espionaje. Cuando los británicos empiezan a sospechar que este es un espía doble, le encargan a Elliott que obtenga una confesión

de Philby. Toda la historia se estructura a través de los recuerdos de Elliott y se desarrolla en *flashbacks* que proporcionan un buen contexto y permiten una mayor comprensión de la trama y de las dificultades de Elliott para que Philby confiese.

La serie explora temas habituales en el género y otros más novedosos, como la importancia de los contactos sociales en el mundo de la inteligencia y la (rígida) dinámica de la jerarquía de clases en la Gran Bretaña de los años sesenta del siglo pasado. La historia también presenta, como contraste, a Lily Thomas (Anna Maxwell Martin), una agente del MI5 que es la encargada de investigar a Philby.

También destaca la buena interpretación y la química de los actores. Pearce hace un trabajo correcto y convincente al retratar el encanto superficial de Philby, mientras que Lewis demuestra su maestría y salva todas sus escenas: consigue transmitirnos el dolor y la confusión de Elliott mientras trata de entender cómo es incapaz de traicionar a su amigo y analiza su complicada relación.

La miniserie gustará a los fans del género de espionaje y también a los que buscan una historia entretenida, pero que requerirá de toda nuestra atención. Es una serie para ver con los móviles desconectados. Lo merece.

Muy Buena ★★★★★

Excelente ★★★★★ Muy buena ★★★★★ Buena ★★★★★ No está mal ★★★★★ Para pasar el rato ★



► 8 Abril, 2023



UNA HISTORIA DE AMISTAD Y TRAICIÓN

Un espía entre amigos

Movistar Plus+ 'THRILLER' • SERIE • +16. T1. 6 cap. 55 min. **Dir.:** Nick Murphy. **Int.:** Damian Lewis, Guy Pearce. EE. UU. 2023. **Estreno:** **jueves 13.**

■

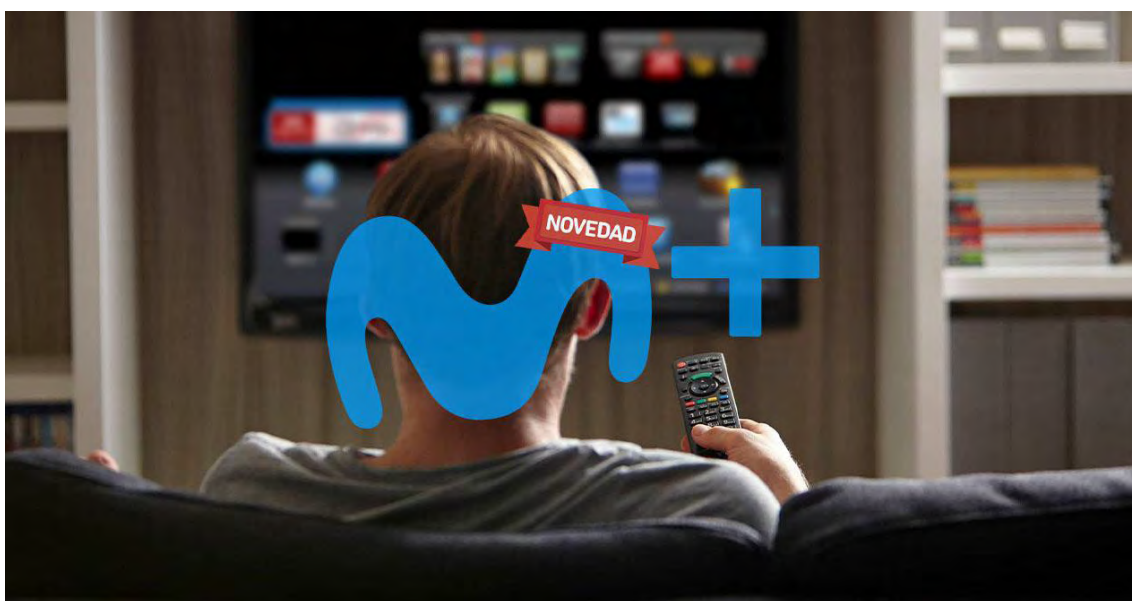
Londres, 1963. Nicholas Elliott (Damian Lewis), un importante agente del servicio de inteligencia británica, recibe la delicada misión de vigilar de cerca a su amigo y colega Kim Philby (Guy Pearce), tras salir a la luz que ha estado trabajando para la KGB durante más de 20 años. Elliott debe viajar hasta Beirut para traerlo de vuelta y extraerle una confesión.

Operadores

Movistar Plus+ estrena estos 5 nuevos canales para este mes

Daniel Caballero | Publicado el 04 de abril, 2023 • 12:01

0



Como cada mes, el operador azul renueva su catálogo de canales temporales. No es nada nuevo que la compañía telefónica vaya cambiando los canales que podemos seguir en su plataforma de TV. Además, hay que tener claro que estas opciones **Clic de Movistar Plus+** son espacios que van agrupando contenidos de diferentes temáticas. Por lo que, para el mes de abril, se renuevan con hasta 5 nuevas opciones.

Al ya saber que este tipo de canales se van actualizando, es el momento de conocer cuáles son los **5 nuevos canales Clic** que ya ha estrenado Movistar Plus+ para el mes de abril. Y, además, tenemos que ver cuáles son las cinco opciones que desaparecen de la parrilla de canales temporales del operador.

Canales Clic de Movistar para abril

Toda esta serie de canales nos los encontramos **a partir del dial 200** de la plataforma de televisión del operador azul. Como cada mes, Movistar Plus+ va renovando sus opciones Clic para ir ofreciendo nuevos contenidos y de diferentes temáticas a sus clientes. De esta manera, todo cliente de la tele de la operadora puede ir viendo nuevos contenidos de manera mensual.

Hay que tener en cuenta que este tipo de opciones temporales se suelen dar en función de alguna fecha marcada, ya tenga relación con un festival de cine, por algún actor temporal o hasta por una temática en particular. En cualquier caso, toca conocer cuáles son los 5 nuevos **canales Clic de Movistar Plus+ en abril**.

Este es el listado del operador con los **nuevos canales clic** que podremos seguir en Movistar Plus+ desde este mes:

- Dial 201 **Clic Del papel a la pantalla** sustituye a Clic Cine de Oscar.
- Dial 204 **Clic Mucho más que guapos** sustituye a Clic Love, love, love.
- Dial 205 **Clic Vida rural** sustituye a Clic Entre rejas.
- Dial 206 **Clic Mucho más que héroes** sustituye a Cine asiático S. XXI.
- Dial 207 **Clic Mucho más que música** sustituye a Clic Agatha Christie.



Listado completo de los canales Clic

Ahora que ya conocemos los cambios que llegan a los diales en los que se retransmiten todos los contenidos Clic de Movistar Plus+, toca el momento de conocer cómo queda al completo la programación del operador en los **diales del 200 al 209**. Y es que, tras la renovación, ya es hora de saber cuáles son las diferentes opciones que encontramos en estos diales de **la parrilla de canales del operador azul**:

- Dial 200 Clic Ellas dirigen.
- Dial 201 **Clic Del papel a la pantalla**.
- Dial 202 Clic Animación en familia.
- Dial 203 Clic En un futuro no muy lejano.
- Dial 204 **Clic Mucho más que guapos**.

- Dial 205 **Clic Vida rural.**
- Dial 206 **Clic Mucho más que héroes.**
- Dial 207 **Clic Mucho más que música.**
- Dial 208 Clic Cine Bélico.
- Dial 209 Clic Mel Gibson.

Además, ten en cuenta que para poder acceder a los canales Clic de Movistar Plus+ es necesario tener contratado como el paquete de cine como contenido adicional. Y no solamente esto, sino tener **el decodificador UHD** de la operadora azul. Más que nada, porque como se puede ver, estos canales van desde el dial 200 al 209 del deco. Por lo que no se van a poder seguir desde la app móvil o Smart TV de Movistar.

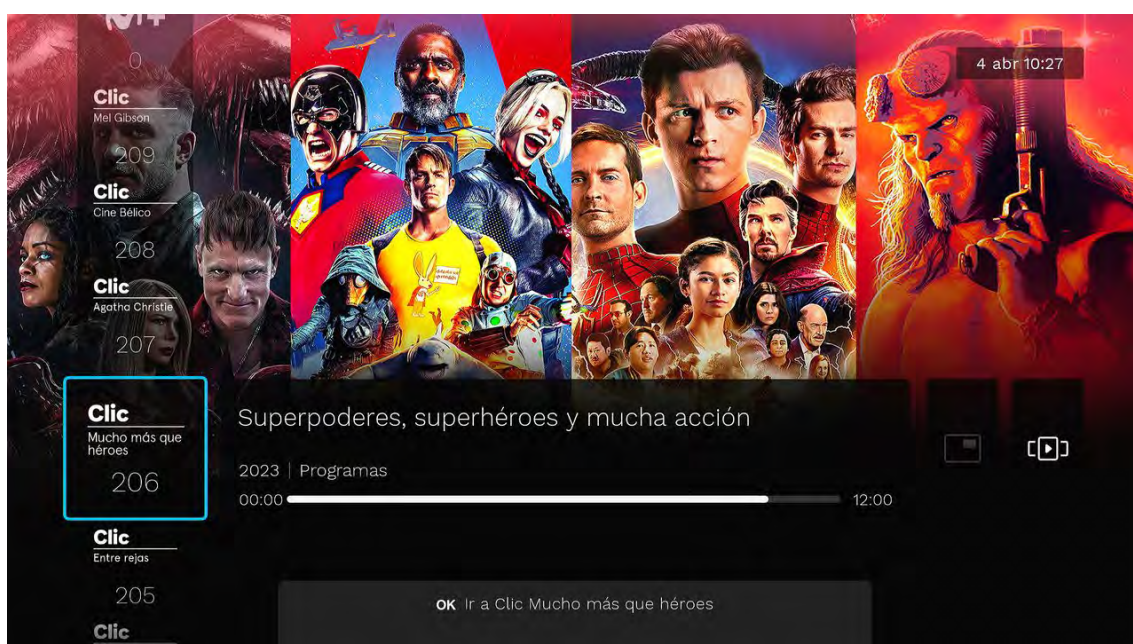




TV DIGITAL

Llegan 5 nuevos cambios al servicio Clic de Movistar Plus +

4 de abril de 2023



Clic Mucho más que héroes es uno de los nuevos canales Clic de Movistar Plus+

Movistar Plus+ vuelve a modificar la temática de su servicio de interactivos Clic añadiendo nuevas temáticas.

Los canales que cambian son Clic Cine de Oscar, que ahora es Clic Del papel a la pantalla, Clic Love, love, love, que ahora pasa a ser Clic Mucho más que guapos, el canal Clic Entre rejas cambia a Clic Vida rural, Clic Cine asiático S.XXI es sustituido por Clic Mucho más que héroes, y Clic Agatha Christie se convierte en Mucho más que música.

El dial de los canales Clic en Movistar+ queda de la siguiente forma:

- (Dial 200) Clic Ellas dirigen (Grandes películas de las directoras más aclamadas)
- (Dial 201) **Clic Del papel a la pantalla** (Adaptaciones de novelas al cine)
- (Dial 202) Clic Animación en familia (Aventuras y diversión para peques y mayores)
- (Dial 203) Clic En un futuro no muy lejano (Distopías, ucronías y otros futuros cercanos)
- (Dial 204) **Clic Mucho más que guapos** (Grandes estrellas no solo por su cara bonita)

(Dial 205) **Clic Vida rural** (La idílica (o no tanto) vida en los pueblos)

(Dial 206) **Clic Mucho más que héroes** (Superpoderes, superhéroes y mucha acción)

(Dial 207) **Mucho más que música** (La música como protagonista)

(Dial 208) **Clic Cine Bélico** (Los poderosos y sus víctimas, la guerra)

(Dial 209) **Clic Mel Gibson** (Acción, drama, comedia... todo Mel Gibson)

mercadeo pop



El documental 'Kiko Veneno: Un día Lobo López' llega a Movistar Plus+

4 De Abril De 2023 Mercadeo Pop

Desde el próximo jueves 20 de abril podrá verse en Movistar Plus+ el nuevo documental 'Kiko Veneno: Un día Lobo López'.



Un día Lobo López - Tráiler oficial



Compartir



Ver en  YouTube

Kiko Veneno es uno de nuestros artistas más admirados. Su carrera y su talento son indiscutibles pero, ¿siempre ha sido así? 'Kiko Veneno: Un día Lobo López' es una película documental que nos transporta a 1992, un año clave para España, para Sevilla y para él mismo.

El cantante llevaba décadas centrado en la música, ya había compuesto el éxito 'Volando voy' y había lanzado el álbum 'Veneno'. Sin embargo, por increíble que pueda parecer, nunca había podido dedicarse plenamente a la música.

En 1992, Kiko Veneno lo apostó todo a 'Échate un cantecito', su última oportunidad para triunfar o abandonar definitivamente los escenarios. El desenlace ya es historia de nuestra música. 'Kiko Veneno: un día Lobo López' repasa la carrera del artista y nos muestra el proceso creativo del que posiblemente sea el álbum más importante de su carrera.

Mientras tanto, Kiko Veneno sigue de gira permanente por toda la geografía española. Tanto celebrando los treinta años de 'Échate un cantecito' como con el espectáculo 'Un país para escucharlo' junto a su compadre Ariel Rot. Todas las fechas están en su página web oficial.



5 Abril, 2023



José María Olazabal, Jon Rahm y Sergio García, en el puente Byron Nelson, en Augusta. / MIKE SEGAR (REUTERS)

Jon Rahm y un 9 de abril

El vasco recuerda a Seve y se entrena con Olazabal y Sergio García, antes de buscar "con mucha confianza" la chaqueta verde

JUAN MORENILLA. **Augusta** Severiano Ballesteros nació un 9 de abril. Sergio García ganó la chaqueta verde un 9 de abril. Y el Masters de Augusta que comienza mañana acaba un 9 de abril. Para Jon Rahm, que ante el estrado del primer grande de la temporada se declara "un yonqui del golf", un amante de su historia y sus historias, esa triple coincidencia no hace sino aumentar su hambre de gloria, su deseo por continuar la estirpe y suceder a Seve (1980 y 1983), a Chema Olazabal (1994 y 1999) y a García (2017) en el olimpo de Augusta. Con el vasco y el castellanense, además, comparte la ronda de entrenamientos, el triplete español de este Masters, tres generaciones que idolatran al maestro Ballesteros. "Ya no quiero saber más

cosas para no meterme más presión", pide entre risas Rahm, bajo los focos siempre que pisa Augusta, hoy número tres del mundo y en el pañuelo de favoritos junto a los otros dos gigantes con los que

Victoria del circuito europeo ante LIV

Mientras los mejores golfistas del mundo se batan en el Masters, el golf sigue inmerso en la guerra entre los dos grandes circuitos y la Liga saudí. Un conflicto que también se disputa en los despachos y que ayer registró una

se juega cada semana el trono de la clasificación, Scottie Scheffler (número uno) y Rory McIlroy (dos).

"Si gano la chaqueta verde me da igual ser el primero", cuenta el

victoria legal del circuito europeo ante LIV Golf. El Europeo Tour ganó el juicio después de sancionar el curso pasado con 100.000 libras a los golfistas que disputaron la cita inaugural del nuevo campeonato saudí. Entonces, Ian Poulter, Justin Harding y Adrián Oteagui apelaron contra esa multa, otros jugadores se unieron y entre todos lograron una suspensión cautelar. Ahora, la justicia da la razón al circuito europeo.

vasco. Augusta es tierra fértil para Rahm, el único grande en el que siempre ha pasado el corte desde que debutó como profesional en 2017. Y el jardín donde luce unos números de campeón pese a no lucir la corona: una media de 70,75 golpes por vuelta y un acumulado de 30 bajo par. En seis participaciones, cuatro puestos entre los 10 mejores (cuarto, noveno, séptimo, quinto) y dos en el 27º escalón, en su debut y en el pasado curso.

"Me gusta este campo. He sido consistente, pero no he estado en la posición de poder ganar en los segundos nueve hoyos del domingo. Ojalá llegue ahora con opciones a ese hoyo 10. Estoy con mucha confianza", explica Rahm. A los 28 años, el León de Barrika (mientras prepara el torneo inten-

ta seguir a su Athletic en la vuelta de las semifinales de la Copa) desembarca en el Masters tras un inicio de curso arrollador y un ligero bache para ahora retomar el vuelo. Rahm abrochó tres victorias a principios de año (Sentry, American Express y Genesis), lo que redondeaba una racha de cinco triunfos en nueve citas, desde el pasado Open de España. Parecía imparable, lanzado hacia el Masters. Pero el tren frenó de repente con un 39º puesto en el Arnold Palmer con dos vueltas seguidas, viernes y sábado, de 76 golpes; la retirada por enfermedad en The Players después de la primera ronda; y dos derrotas en tres partidos, ante Fowler y Horschel, para caer en la fase de grupos en el Mundial Match Play. En cualquier otro golfista, casi la normalidad dentro de una temporada con tantos compromisos. En el jugador más regular del circuito americano, un metrónomo en la élite, una rareza.

Esa montaña rusa llega a un santuario como Augusta, ahora cálida, pero donde a partir del jueves se espera lluvia y frío y un torneo para supervivientes, de dientes apretados. Y de fondo, el conflicto entre el PGA Tour y la Liga saudí, LIV Golf, representada en este Masters por 18 jugadores. De momento, en la víspera de la cena de los campeones de cada martes, bandera blanca. Augusta bien merece una tregua, algo de paz entre dos bandos cada vez más enfrentados. Como compañeros de Rahm en las dos primeras vueltas, Justin Thomas y Cameron Young (el jueves desde las 16.42, hora peninsular española; Movistar Golf). Hasta entonces, el vasco cruza Magnolia Lane "como si cada año entrara por primera vez", y hace los mismos comentarios junto a su mujer, Kelley, con quien ya tiene dos hijos, Kepa y Eneko. En Augusta todo vuelve a su sitio. Rahm revive a Seve. Juega con Olazabal y Sergio García. Y el domingo es 9 de abril.



Scottie Scheffler, seguido por una multitud durante su ronda de prácticas del lunes en Augusta. BRIAN SNYDER REUTERS

Golf El número uno del mundo, soberbio en el último año y medio, afronta en el Másters por primera vez la presión de defender un «grand slam»

Scheffler, ante lo desconocido

PAULO ALONSO
REDACCIÓN / LA VOZ

Scottie Scheffler lleva más de un año encendido. El jugador de Dallas —aunque nacido en Nueva Jersey— explotó en algún momento de los meses posteriores a su triunfo en el partido de individuales con Jon Rahm en la Ryder del 2021. En un arranque del 2022 antológico, ganó el Phoenix Open, el Arnold Palmer Invitational, el Mundial Match Play en apenas mes y medio, para llegar la pasada primavera a Augusta envuelto en un aura de favoritismo inusual para un jugador que todavía no tenía *grand slams*, pero que ya había alcanzado el número 1.

Entonces, en su tercer Másters,

respondió a las expectativas con un cuajo reservado a unos elegidos, ganó la chaqueta verde con tres golpes de margen sobre Rory McIlroy y continuó el 2022 con pulso firme. Aunque no celebró más *majors*, empató en la cuarta plaza en el Campeonato de la PGA de Southern Hills, en la segunda en el US Open de Brookline y en la octava en el Open Británico de St. Andrews. Palabras mayores.

Desde mañana (15.30 horas, Movistar Golf) Scheffler afronta una presión diferente, la defensa de un *grand slam*, la defensa del Másters. Otra prueba sobre sus hombros, aunque el primer grande del año es el más asequible en un aspecto: reúne a un menor nú-

mero de jugadores de primer nivel que las otras grandes citas del golf, ya que guarda siempre una invitación para las leyendas que hicieron grande el torneo.

Scheffler salió hace un año de Augusta reforzado como número 1, un puesto que en los siguientes 12 meses alternó con Jon Rahm y Rory McIlroy. Un favoritismo que interioriza con un carácter frío y sencillo en el campo. ¿Lo ideal para gestionar la tensión a la que un recorrido con tantos viricuetos como el del Másters somete a los favoritos? La mayoría de los analistas creen que sí. Que esa tranquilidad le ayude en los grandes escenarios.

Los secretos de Augusta los comprendió Scheffler muy pron-

to. Solo en la primera ronda de sus tres visitas al Másters entregó una tarjeta sobre par, la de 73 de aquel jueves del 2021. A partir de entonces, gestiona con prudencia los desafíos de un campo donde el retoque del hoyo 13 de esta primavera aconsejará a una mayoría una estrategia conservadora en sus dos primeros tiros.

Nicklaus, Faldo y Woods

Cuando Scheffler agarre mañana el *driver* en el *tee* del 1 de Augusta, la historia lo contemplará. Solo tres jugadores revalidaron el título del Másters desde su creación en 1934: Jack Nicklaus (con las victorias de 1965 y 1966), Nick Faldo (1989 y 1990) y Tiger Woods (2001 y 2002).

El circuito europeo podrá sancionar a sus jugadores que disputen el LIV

El circuito europeo (ahora DP World Tour, por el patrocinio vigente desde el año pasado) podrá sancionar a sus jugadores miembros que disputen, sin recibir una autorización previa, pruebas del calendario de capital saudí nacido en el 2022 con una bolsa de premios desorbitada.

Según avanzó *The Times*, la justicia británica falló a favor del circuito del viejo continente en su pulso contra los jugadores que disputaron el primer torneo de LIV Golf, sin recibir su autorización previa, y a los que cas-

tigó a continuación. La penalización había sido de 100.000 libras (unos 110.000 euros) para aquellos de sus jugadores miembros que habían competido en junio del 2022 en el Centurion Club, con victoria del sudafricano Charl Schwartzel.

Adrián Otaegui

Aquellas sanciones —incluido el jugador español Adrián Otaegui— habían quedado en suspensión cautelar cuando los implicados habían recurrido. Con esta resolución de la justicia británica

se vuelve a abrir la posibilidad de que el DP World Tour sancione a aquellos de sus jugadores que disputen pruebas del LIV Golf sin su autorización. Del mismo modo que hace el PGA Tour.

Las estrellas que compiten en el circuito de capital saudí tienen vetados por ahora los principales torneos del mundo, aquellos de más tradición, pero pueden competir, al menos de momento, en los cuatro *grand slams*, que se rigen por sus propias normas.

Contra la resolución de la justicia británica cabe recurso.

El torneo de pares 3 abre hoy el espectáculo

El desenfadado torneo de pares 3 abre hoy el espectáculo del Másters (21 horas, Movistar Golf). Mañana, la retransmisión televisiva comienza en España a las tres y media de la tarde, en el formato de Multi-Augusta, en el que se mezclan tan solo las imágenes de los partidos más importantes, la señal del Amen Corner (hoyos 11, 12 y 13), más los hoyos 15 y 16, y continúa a partir de las nueve de la noche con la señal oficial. El viernes la cobertura televisiva responderá al mismo formato y horarios.

DEPORTES

En busca de la “Chaqueta Verde”, comienza el Masters de Augusta en Movistar Plus+

4 de abril de 2023



Aquí gritamos ¡gooolf! en verde

La lucha por la preciada chaqueta verde queda abierta en Movistar Plus+. Los mejores golfistas del mundo se citan en el Augusta National, entre ellos, tres españoles, Jon Rahm, Sergio García y José María Olazábal.

Cobertura total en la plataforma, con más de 50 horas de directo en Golf por M+ (dial 62) y también con el despliegue, este miércoles, del segundo canal de golf, Golf 2 por M+ (dial 68). Los directos empezarán este miércoles 5 de abril con el concurso de los Pares 3, en simulcast en ambos canales.

Y los mejores contenidos del Masters de Augusta los podrás encontrar en la aplicación de Movistar Plus+ con dos calles dedicadas exclusivamente al primer “major” de la temporada.

Espanoles en el Masters: Una calle en el VOD de la plataforma con los reportajes más emotivos y atractivos de Seve Ballesteros, Jon Rahm o Sergio García.

Historias del Masters: Imperdible sección con los momentos más icónicos e históricos del Masters de Augusta. Bobby Jones, Tiger Woods o Dustin Johnson son algunos de sus protagonistas.

El equipo al completo de Golf en M+ se vuelca en un torneo que nadie se quiere perder. Javi Díez, Nacho Gervás y Carlos Palomo ya se encuentran en el Augusta National para acercarnos los detalles de lo que allí suceda. Además, Cristina del Corral, Andrés Domínguez y Javier Pinedo también estarán en la narración del Masters. Junto a ellos, José Manuel Lara y Álvaro Beamonte ejercerán de analistas.

La 87ª edición del Masters de Augusta llega a Movistar Plus+ y lo hace con los mejores jugadores del momento y tres españoles: Jon Rahm, Sergio García y Chema Olazábal. La Armada Española buscará su sexta chaqueta verde, tras las dos coronas del gran Seve Ballesteros y Chema Olazábal y el título de Sergio García en 2017.

Más de 50 horas de directo e inauguramos el segundo canal de Golf en M+

Movistar Plus+ fortifica su apuesta por el golf y lo hace con el despliegue de Golf 2 por M+ (dial 68), un nuevo canal permanente que cubrirá todas las necesidades de los amantes de este deporte. Mañana miércoles iniciará sus emisiones y ofrecerá, a partir de las 21.00h en directo y en simulcast con Golf por M+ (dial 62), el concurso de los Pares 3.

En total, más de 50 horas de directo entre los dos canales desde este miércoles y hasta el domingo 9 de abril para narrar todo lo que suceda en el Masters de Augusta 2023.

Programación exclusiva

Miércoles 5

21:00h. Concurso de los Pares 3 en Golf y Golf 2 por M+.

Antes, a las 20:00h edición especial de ‘Locos por el Golf’ y a las 20:30h, emisión del reportaje de producción propia, ‘Todos hablan de Jon Rahm’.

Jueves 6 y viernes 7

15:30h – 18:30h. MultiAugusta en Golf y Golf 2 por M+.

18:30h – 21:00h. Plató + MultiAugusta en Golf y Golf 2 por M+.

21:00h – 01:30h. Señal Internacional en Golf por M+.

21:30h – 01:30h. MultiAugusta en Golf 2 por M+.

Sábado 8

18:00h – 21:00h. Plató + MultiAugusta Golf y Golf 2 por M+.

21:00h – 01:00h. Señal Internacional en Golf por M+.

21:00h – 01:00h. MultiAugusta en Golf 2 por M+.

Domingo 9

18:00h – 20:00h. Plató + MultiAugusta Golf y Golf 2 por M+.

20:00h – 01:00h. Señal Internacional en Golf por M+.

20:00h – 00:30h. MultiAugusta en Golf 2 por M+.

El mejor contenido en el VOD de Movistar Plus+

La aplicación de Movistar Plus+ se viste de verde con el diseño de dos calles, dentro de la sección de deportes, dedicadas íntegramente al Masters de Augusta.

Espanoles en el Masters: Informe Robinson de Seve Ballesteros, Ballesteros, 20 años después, Sergio García, en primera persona, Seve, artista, luchador, leyenda, El efecto Rahm o Jon Rahm I, El Grande. Entre el Karma y la Gloria, entre otros.

‘Historias del Masters’: Reportajes con los momentos más históricos del Masters de Augusta, Augusta, el sueño de Bobby Jones, ‘Invitados al Edén, Hello World. Soy Tiger Woods, Dustin Johnson, un paseo por Augusta o Hideki Matsuyama. El Masters del Sol Naciente...



Arranca el Masters de Augusta en Golf por M+



4 de abril de 2023

La 87ª edición del Masters de Augusta llega a Movistar Plus+ y lo hace con los mejores jugadores del momento y tres españoles: Jon Rahm, Sergio García y Chema Olázabal. La Armada Española buscará su sexta chaqueta verde, tras las dos coronas del gran Seve Ballesteros y Chema Olazábal y el título de Sergio García en 2017.

Más de 50 horas de directo e inauguramos el segundo canal de Golf en M+

Movistar Plus+ fortifica su apuesta por el golf y lo hace con el despliegue de Golf 2 por M+ (dial 68), un nuevo canal permanente que cubrirá todas las necesidades de los amantes de este deporte. Mañana miércoles iniciará sus emisiones y ofrecerá, a partir de las 21.00h en directo y en simulcast con Golf por M+ (dial 62), el concurso de los Pares 3.

En total, más de 50 horas de directo entre los dos canales desde este miércoles y hasta el domingo 9 de abril para narrar todo lo que suceda en el Masters de Augusta 2023.

Programación exclusiva

Miércoles 5

21:00h. Concurso de los Pares 3 en Golf y Golf 2 por M+.

Antes, a las 20:00h edición especial de 'Locos por el Golf' y a las 20:30h, emisión del reportaje de producción propia, 'Todos hablan de Jon Rahm'.

Jueves 6 y viernes 7

15:30h – 18:30h. MultiAugusta en Golf y Golf 2 por M+.

18:30h – 21:00h. Plató + MultiAugusta en Golf y Golf 2 por M+.

21:00h – 01:30h. Señal Internacional en Golf por M+.

21:30h – 01:30h. MultiAugusta en Golf 2 por M+.

Sábado 8

18:00h – 21:00h. Plató + MultiAugusta Golf y Golf 2 por M+.

21:00h – 01:00h. Señal Internacional en Golf por M+.

21:00h – 01:00h. MultiAugusta en Golf 2 por M+.

Domingo 9

18:00h – 20:00h. Plató + MultiAugusta Golf y Golf 2 por M+.

20:00h – 01:00h. Señal Internacional en Golf por M+.

20:00h – 00:30h. MultiAugusta en Golf 2 por M+.

El mejor contenido en el VOD de Movistar Plus+

La aplicación de Movistar Plus+ se viste de verde con el diseño de dos calles, dentro de la sección de deportes, dedicadas íntegramente al Masters de Augusta.

‘Españoles en el Masters’: Informe Robinson de Seve Ballesteros, ‘Ballesteros, 20 años después’, ‘Sergio García, en primera persona’, ‘Seve, artista, luchador, leyenda’, ‘El efecto Rahm’ o ‘Jon Rahm I, El Grande. Entre el Karma y la Gloria’, entre otros.

‘Historias del Masters’: Reportajes con los momentos más históricos del Masters de Augusta, ‘Augusta, el sueño de Bobby Jones’, ‘Invitados al Edén’, ‘Hello World. Soy Tiger Woods’, ‘Dustin Johnson, un paseo por Augusta’ o ‘Hideki Matsuyama. El Masters del Sol Naciente’...

El equipo de Golf por M+ sólo piensa en verde

Movistar Plus+ cuenta con el mejor equipo de profesionales para acercar la pasión por el Masters de Augusta a todos los aficionados. En la narración estarán Javi Díez, Cristina del Corral, Andrés Domínguez y Javier Pinedo. Junto a ellos y en el análisis, Nacho Gervás, José Manuel Lara y Álvaro Beamonte.

'Showriano', el espectáculo musical de Eva Soriano en Movistar Plus+ que peca de caos e improvisación

Aprovechando que 'Showriano', el programa de Movistar Plus+ presentado por Eva Soriano, ha alcanzado ya su primer mes en emisión, analizamos cómo ha sido la evolución del formato desde su inicio, y sus aciertos y errores



Javier Atienza 4 de abril de 2023 20:45h

Showriano es el nuevo programa de entretenimiento de Movistar Plus+ que presenta la humorista Eva Soriano y que se estrenó en marzo, por lo que ya celebra su primer mes en la plataforma de Telefónica.

Definido por el servicio de pago como “el primer 'sing show' de España”, el formato recibe cada miércoles a dos famosos que acuden para pasárselo bien y promocionar sus trabajos mientras tienen lugar un par de actuaciones musicales por parte de la cómica.

Así es 'Showriano' en Movistar Plus+

El programa se inicia siempre con un monólogo realizado por Eva Soriano que hace un repaso a la actualidad más importante de la semana (algo parecido a lo que hace Jimmy Fallon y David Broncano en sus programas), con una clara y graciosa fijación por el universo de Rosalía. Tras ello, la humorista da paso al primer invitado de la noche, lo puede hacer de manera formal, o con un número musical al que se integra el primer entrevistado.

Después comienza la entrevista, y la promoción de los próximos trabajos del invitado, aunque Eva Soriano no duda en intervenir proponiendo una actuación musical, o con preguntas alocadas, como una que apunta a convertirse en habitual del programa: el juego de “¿A quién matarías? ¿Con quién te casarías? y ¿a quién te follarías?”, respecto al mundo, industria, serie o película, del que proviene el invitado.

Tras ello, el programa es interrumpido por uno de los colaboradores habituales del formato: Lala Chus, Miguel Maldonado y Fran Pati. Ellos son los encargados de presentar al segundo invitado (del cual Soriano no tiene ni idea), y de hacer que la presentadora lo adivine dándole pistas (las dos últimas veces han realizado un pequeño y acertado sketch).

Tras adivinarlo, Eva Soriano se encarga de recibirle y de entrevistarle. Una vez finaliza el tiempo de preguntas, lo despide y acaba el programa dando las gracias a los asistentes y a los espectadores.



En lo que lleva de emisión, el formato ha tenido un total de 10 invitados oficiales, si obviamos algunas sorpresas especiales como la de Chenoa en el primer programa:

Primer programa (1 de marzo): 1er invitado: Belén Aguilera / 2º invitado: Carlos Areces

Segundo programa (8 de marzo): 1er invitado: Edurne / 2º invitado: Angy Fernández

Tercer programa (15 de marzo): 1er invitado: Berto Romero / 2º invitado: Nacho Vigalondo

Cuarto programa (22 de marzo): 1er invitado: Fran Perea / 2º invitado: Jorge Jurado

Quinto programa (29 de marzo): 1er invitado: Arturo Valls / 2º invitado: Ernesto Sevilla



Un programa hecho a medida

El formato de Movistar Plus+ ha realizado un traje a medida a Eva Soriano, quien actualmente ejerce también como presentadora junto a Iggy Rubín de Cuerpos Especiales, el morning show de Europa FM, y quien con anterioridad había presentado la última temporada de La noche D, programa de TVE producido por El Terrat, productora encargada también de Showriano. Y es que se trata de una nueva oportunidad para la humorista, esta vez con un programa del que ella es protagonista hasta en el nombre.

La cómica es capaz con este formato de mostrar aún más su faceta como humorista, mientras sigue mejorando como entrevistadora y presentadora. Además, el formato se ha vendido como el primer “sing show” de España”, siendo esta una de las razones por las que Soriano es una candidata idónea para conducirlo. No solo por su paso por Tu cara me suena, donde demostró sus dotes artísticas a la par que entretenía, sino por su labor en Cuerpos Especiales. Allí, en ocasiones, la humorista se anima a versionar conocidas canciones, como cuando aprovechó su altavoz en la radio para lanzar un grito de apoyo a su victoria en el reciente citado concurso de Antena 3.

Además, la cómica posee una buena capacidad para captar el público joven. El humor de Eva Soriano, unido a su desparpajo y a su capacidad para entretener, le hacen ser una presentadora perfecta para este programa que pretende ofrecer un ambiente distendido en la línea de La Resistencia.

Un acierto con margen de mejora

Por supuesto, como en cada programa nuevo con apenas un mes de emisión, no todo puede ser positivo. El formato de Movistar Plus+ sigue un poco verde, y todavía no ha terminado de asentarse. Aunque a medida que avanzan las semanas Showriano sigue tomando forma, todavía no tiene una escaleta muy marcada. Esto aporta un componente de imprevisibilidad para el espectador que puede descolocar durante su visionado. En particular, el programa sabe llevar bien su apertura con Eva Soriano descendiendo por la barra de baile (cada vez lo hace mejor) y con su posterior monólogo, pero se pierde en la ejecución de las entrevistas.

Las charlas con sus invitados acaban resultando demasiado desenfrenadas y caóticas. Además, en ocasiones se introducen juegos o desafíos al entrevistado que, aunque le ponen en una tesitura curiosa, no llegan a ejecutarse adecuadamente. En ocasiones incluso parece que se hacen rápido por falta de tiempo, rompiendo así el tempo del programa, y añadiéndole demasiado caos. Además, parece que no se ha logrado todavía encontrar un hueco fijo para las actuaciones al piano de Mario Marzo.



Y es ahí donde reside uno de sus aspectos más negativos: el querer hacer mucho en tan poco tiempo. El formato, que apenas cuenta con 50 minutos de duración por entrega, trata de planificar muchas cosas en la escaleta que, o no llegan a hacerse adecuadamente por falta de tiempo, o se alargan demasiado quitándole espacio a las que vienen a continuación. Es por ello que Showriano todavía no ha encontrado un equilibrio entre sus diferentes secciones, que al final resultan descompensadas, y parecen entorpecer en ocasiones el transcurso del programa.

Y que no se entienda mal ese “caos”, porque precisamente puede convertirse en un aspecto negativo, pero también positivo, dependiendo de cómo se vea la improvisación que exige el formato a los invitados y a la propia presentadora. Es un gusto ver a Eva Soriano en situaciones complicadas (como cuando tuvo que poner acento canario) en las que consigue desenvolverse con soltura provocando las risas. Sin embargo, los invitados en algunas ocasiones no saben seguir el ritmo y se quedan atrás, provocando situaciones extrañas que no llegan a ningún sitio.

Novedad con brillo y una Eva Soriano sublime

Aún así, el formato tiene elementos que le hacen brillar. En primer lugar, el humor del que le dota Eva Soriano. Su naturaleza y cercanía hace que el programa se sienta familiar, y que sea rápido y muy cómodo de ver. Por lo que supone una buena opción para disfrutar durante las noches de los miércoles de algo distendido y que siempre promete risas.



A esto se le suma, cómo no, los números musicales que protagoniza Eva Soriano en solitario o junto a los invitados. Aunque algunos son mejores que otros, todos tienen un componente especial: la originalidad con la que están hechos. Y es que cada actuación musical es fresca, y las letras, unidas a la interpretación que ofrece Eva Soriano, aseguran las carcajadas.

Asimismo, cabe destacar la originalidad del formato al apostar por algo diferente, y por un tipo de entretenimiento que mezcla entrevistas, música y sketches con mucha improvisación para ofrecer algo divertido en televisión. Un show del que forman parte Lala Chus, Miguel Maldonado y Fran Pati, que poco a poco, y a pesar del escaso tiempo en pantalla, van haciéndose con la audiencia ante la que derrochan simpatía y su buen hacer.

El programa todavía tiene trabajo por delante, sobre todo, para lograr un equilibrio que logre la definición del formato. Pero es un formato que sin duda tiene todos los elementos necesarios para ser un fijo en la noche de los miércoles de Movistar Plus+, siendo Eva Soriano uno de los principales reclamos para asomarse a su alocada discoteca.



Eva Soriano, sin pelos en la lengua.

Eva Soriano llama "gilipollas" a Shakira y a Georgina y se queda tan ancha

Tanto la cantante ex de Piqué como la influencer y pareja de Cristiano Ronaldo están de actualidad estos días por realidades totalmente distintas y la humorista no ha querido desempatar.

4 abril 2023 17:30 | Maribel Fernández

Hace unos días Georgina Rodríguez se sentó por primera vez en el plató de El Hormiguero de Pablo Motos para promocionar su nueva serie en Netflix y aquello dio para muchos titulares y análisis.

Si Tamara Gorro ya fulminó a la influencer en el programa de Sonsoles Ónega ahora le ha tocado el turno a Eva Soriano, que ha ampliado un poquito más el aspersor y ha terminado atizando también a Shakira.

Y es que Georgina, entre otras muchas cosas, le confesó a Motos que se sentía "agradecida" por haber sido la elegida de Cristiano Ronaldo y la humorista no perdió la oportunidad de echarle un poco de guasa al asunto desde su Showriano del #0 de Movistar.

Los hachazos de Eva Soriano entre bromas y veras

A Eva Soriano le parece curioso que convivan contemporáneamente al mismo tiempo frases como la de Georgina y otras como "las mujeres no lloran, las mujeres facturas" de Shakira para echarle beef a Piqué.

Así que lo usó en su monólogo para compararlo con lo que pasa en primavera que, conviven los que llevan pantalones cortos con los que siguen llevando ropa de abrigo: "¿Cómo es posible que cohabiten estas dos personas? Que tu dices, una de las dos personas es gilipollas pero no sabes cuál es... pues en este caso lo mismo", dijo en referencia a Georgina Rodríguez y Shakira...

