

MIÉRCOLES, 12 DE FEBRERO DE 2025

FICCIÓN ORIGINAL

LA VIDA BREVE

Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá ni en España ni en Europa" (Europa Press)

Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá" (VÍDEO Europa Press, ABC, Grupo VOCENTO)

Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá ni en España ni en Europa" (Galicia Press, GC Diario)

Se disparan los comentarios tras estas palabras de Javier Gutiérrez sobre la monarquía en España (El Huffington Post)

Los creadores de 'La vida breve' le dan un "toque rock and roll" que a la historia (Europa Press)

Carlos Scholz y Alicia Armenteros explican que el drama y comedia de 'La vida breve' es "real" (Europa Press)

"Es imposible no contar la historia de este país con humor": 'La vida breve', la serie que se burla de los Borbones (Cadena SER)

Javier Gutiérrez y Leonor Watling, pareja de reyes en 'La vida breve': "La comedia parece ser siempre la hermana pobre" (Vertele)

Leonor Watling: Sería estupendo que deje de ser noticia que dos mujeres presenten los Goya (EFE)

Leonor Watling desvela cómo fue ver a Richard Gere: "Es guapísimo; le miras y todo va bien en el mundo" (Europa FM)

'La vida breve', la cómica historia verídica del rey más efímero de España (que escarba en la vida sexual de los Borbones) (El Periódico/Prensa Ibérica)

"Naces, reinas y te mueres": la nueva serie de Movistar Plus+ que tiene historia, humor y un fascinante retrato de época (Berto Molina en El Confidencial)

Crítica – 'La vida breve' (José Luis Prieto Fernández en 35 milímetros)

Se estrena esta adictiva serie de época española que sólo tiene 6 capítulos y cuya historia recuerda a la de 'La reina Carlota' de 'Los Bridgerton' (Cosmopolitan)

JAVIER GUTIÉRREZ Y LEONOR WATLING VISITAN LA REVUELTA (VARIOS)

PREMIOS ALMA

"Los años nuevos" y "Querer" (Mejor Guión de Serie Dramática) y "Muertos, S.L." (Mejor Guión de Serie de Comedia), candidatos a los Premios ALMA (Kinóticó)

CINE ORIGINAL

EL SER QUERIDO

"El ser querido" llega al European Film Market con el título en inglés "The Beloved" y de la mano de Goodfellas (Variety)

Visto bueno ambiental para un rodaje protagonizado por Vicky Luengo y Javier Bardem en Fuerteventura (Atlántico Hoy)

Bienvenido, Javier Bardem, al rodaje de exteriores en la Punta de Jandía (Canarias 7)

Todo preparado para la llegada de Javier Bardem a Jandía para el rodaje de "El ser querido" (Canarias 7)

TELEFÓNICA

Telefónica España y Vodafone España presentan Fiberpass, la marca para su sociedad conjunta de fibra (Nota de Prensa Telefónica, Europa Press, Cinco Días)

Telefónica y Vodafone nombran a Pablo Ledesma CEO de Fiberpass (Expansión)

PIRATERÍA

LaLiga le declaró la guerra a Cloudflare por los IPTV no oficiales. Tras los bloqueos Cloudflare ha respondido (Xataka)

LaLiga va a seguir rompiendo internet por intereses particulares, pasando por encima de consumidores y empresas (BandaAncha.eu)

La guerra entre LaLiga y las IPTV para ver fútbol en pirata puede cambiar Internet para siempre (El Economista)

Golpe a DuckVision para ver fútbol pirata gratis: era muy usada entre usuarios de España (El Español)

DEPORTE Y TV

Ligue 1: DAZN «amenaza con no pagar» en febrero (RMC Sport)

De los 211 millones del City a los 132 millones del colista: el reparto por TV de la Premier 2023-2024 (2Playbook)

La Liga Alemana de Fútbol debe todavía 30 millones de euros a los clubes (Europa Press)

Netflix vs. ESPN: la pelea por los derechos de la F1 y el millonario contrato en juego (Forbes)

LaLiga denuncia al Real Madrid por la carta contra el sistema arbitral (MARCA, AS)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

La nueva Ley del Cine no encuentra fecha de estreno (EL PAÍS)

IPs literarias: tácticas y estrategias para adquirir derechos en un mercado cada vez más competitivo (Cveintiuno)

El cine español en la encrucijada: más estrenos nacionales en 2024 pero los mismos espectadores en las salas (Audiovisual 451)

Pablo Noguerols y Mercedes Gamero: "Había una oportunidad en el mercado español para un distribuidor independiente fuerte como Beta Fiction" (Rubik Audiovisual)

Ignasi Camós · Director general, ICAA: "Uno de nuestros ejes es el fortalecimiento de la presencia de nuestro cine en festivales y mercados internacionales" (Cineuropa)

Las televisiones de la UE emiten un 51% de contenido audiovisual de producción europea (Rubik Audiovisual)

Investigadoras de la UMA analizan la brecha de género en la industria cinematográfica española (UMA Divulga)

CTV y publicidad programática: una combinación perfecta (Panorama Audiovisual)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Sorpresa: el director ejecutivo de YouTube dice que la televisión supera a los móviles como "dispositivo principal" para ver vídeos (The Hollywood Reporter, The Wrap)

Cuatro razones por las que YouTube sigue creciendo en la televisión (ScreenMedia)

YouTube celebrará su 20 aniversario en 2025 con una apuesta por los nuevos formatos y la IA (Europa Press)

Netflix pone los *videopodcast* en su radar y corteja a los creadores de contenido (Business Insider)

Netflix se entrega a contrarrestar las consecuencias del escándalo de 'Emilia Pérez' (The New York Times)

"Tenemos que reiniciar": La industria británica de la televisión lucha en la era del *streaming* de gran presupuesto (The Guardian)

La BBC, ITV, Channel 4, Channel 5 y Sky recortan presupuesto mientras los *streamers* estadounidenses inyectan dinero en el Reino Unido (The Guardian)

BBC Studios abandona la producción en la India y establece una asociación con Banijay Asia para adaptar sus formatos al mercado indio (Variety)

Anna Marsh, directora general de Studiocanal, habla del crecimiento del gigante paneuropeo, de su reciente salida a bolsa y de sus inversiones en África (Deadline)

La Academia de Televisión planteará la IA a los legisladores: "Queremos centrarnos en su uso ético" (Los Angeles Times)

¿Tendrá Trump un efecto amedrentador en Hollywood? Los expertos dicen que ya está ocurriendo (Los Angeles Times)

Disney+ cambiará las advertencias de contenido antes de 'Dumbo', 'Peter Pan' y otras películas antiguas como parte de un cambio de estrategia en sus políticas DEI (Variety)

Walt Disney elimina la categoría de diversidad del plan de pago de ejecutivos (Financial Times, Bloomberg)

MOVISTAR PLUS+

Rafa Nadal: espejo olímpico (AS)

Un homenaje por si Nadal no sabía lo que le querían (Jesús Sánchez en MARCA)

El olimpismo homenajea a Rafa Nadal en Movistar Plus+ (Mundoplus.tv)

"So long, Marianne", radiografía del corazón de Leonard Cohen (ABC)

'So long, Marianne', la historia de amor de Leonard Cohen y su musa (La Vanguardia)

El romance de Leonard y Marianne (El Correo Gallego)

Una serie recrea el romance más complicado de Leonard Cohen (La Opinión de Almería)

La emotiva "So Long, Marianne" y la adictiva "DOC" llegan a Movistar Plus+ (Vemos TV)

«So Long, Marianne», la serie sobre la relación entre Leonard Cohen y Marianne Ihlen (La Voz de Asturias)

Las películas galardonadas en los Goya 2025 que puedes ver en Movistar Plus+ (EL PAÍS)

Ya está en Movistar+ y hay que verla: la película con 4 nominaciones a los Goya 2025 basada en una historia real (El Confidencial)

'La infiltrada', galardonada con el premio a Mejor Película en los Goya, llega a Movistar Plus+ (MagazineSpain)

Disfruta del debut de Luka Doncic con Los Angeles Lakers en esta plataforma, por solo 9,99 € al mes (Mundo Deportivo)

Vive toda la Copa del Rey de baloncesto en exclusiva por solo 9,99 euros al mes (AS)

Si tienes Movistar Plus+ y te gusta el cine, estos son los estrenazos de Hollywood imprescindibles para este mes de febrero de 2025 (Xataka)



Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá ni en España ni en Europa"

MADRID, 11 Feb. (EUROPA PRESS) -



Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá ni en España ni en Europa"
- EUROPA PRESS

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor. La ficción, dirigida por Valor y Diego Núñez, se adentra desde la comedia en hechos históricos reales que tuvieron como protagonista a Luis I, hijo de Felipe V, quien protagonizó del reinado más corto de la historia de España ejerciendo como monarca menos de un año, concretamente 229 días.

"'La vida breve' no es precisamente una loa a la monarquía", reconoce Javier Gutiérrez, quien da vida a Felipe V, en una entrevista concedida a Europa Press. "Los tiempos han cambiado y, aunque existan ciertos paralelismos, precisamente porque los tiempos han cambiado, más que nunca la monarquía es algo que, de una forma u otra, aunque sea de una forma paulatina, en un futuro próximo, creo que no existirá ni en este país ni en Europa", agrega.

"El planteamiento de que has nacido y, por la gracia de Dios, eres mejor que otra persona, es complicado de gestionar", opina Leonor Watling, quien se mete en la piel de Isabel de Farnesio, segunda esposa de Felipe V. "A mí ahora mismo me recuerda más a la élite económica, a los Bezos y Zuckerberg del mundo, están

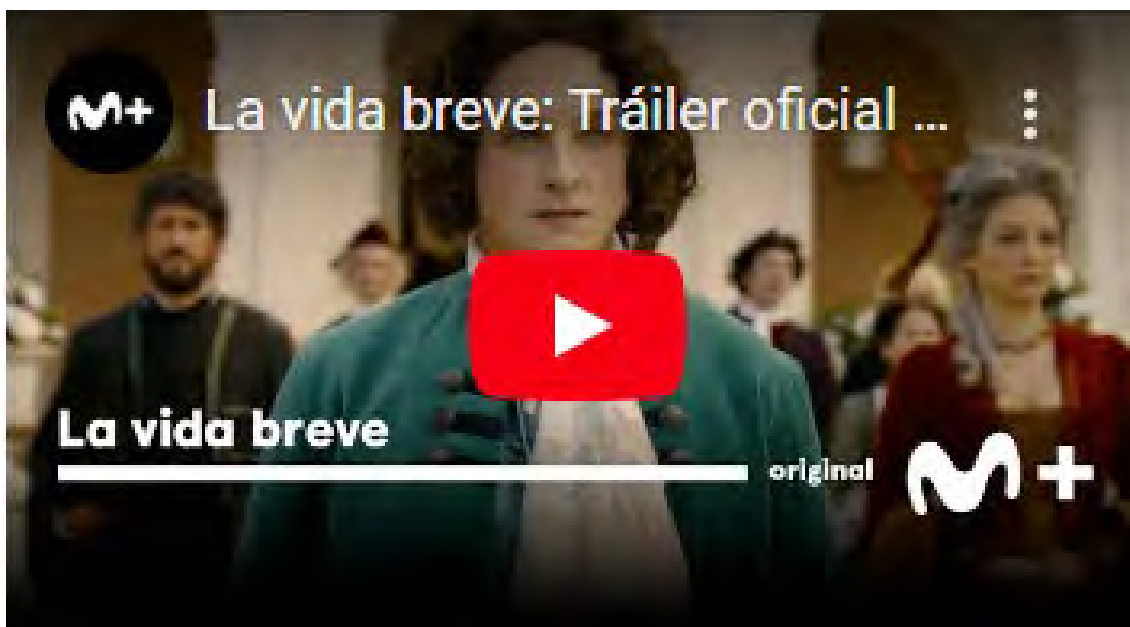
más en ese punto en el que estaba la monarquía en el Barroco, completamente despegados de la realidad y con muchísimo poder", añade la intérprete, que considera que la monarquía actualmente "no tiene ese poder".

"Es debatible y bueno hablar dónde la colocas, yo creo que sí tiene un lugar, otro, pero los que están haciendo lo que hacían los reyes en el Barroco son las megaélites", matiza Watling.

Pese al tono cómico de la serie, la actriz recalca que 'La vida breve' está "hecha con mucho respeto a la esencia del ser humano" y "compasión" hacia sus protagonistas. "La Farnesio y Felipe estaban muy solos en el fondo", valora sobre los personajes. "Si debe ser difícil reinar a día de hoy, en aquella época debía serlo mucho más. La gente estaba inmersa en una burbuja en la que debía ser muy difícil no solo reinar, sino salir adelante en el día a día", expone Gutiérrez.

AHORA HAY BARRA LIBRE CON LA MONARQUÍA

Este respeto contrasta, como señala Watling, con el tratamiento que ha hecho la prensa de los asuntos vinculados a la Corona, que según la actriz, proyecta "cierto sadismo". "Ha habido compadreo hasta hace bien poco en la prensa con la Corona y con cierto sector político. Parece que ahora hay barra libre y eso tampoco es tan bueno, que haya tanta libertad a la hora de escribir sobre la Corona", argumenta Gutiérrez, que admite: "Me agrade ver tanto programa del corazón hablando abiertamente de la familia real, creo que no es bueno".



Tal como explica Adolfo Valor, la historia que relata 'La vida breve' "pasó tal cual". "Hemos inventado lo justo porque los elementos eran lo suficientemente divertidos y emocionantes para contarlos, pero hay cosas que directamente están tan cual: las cartas que escribía Luis a su padre pidiéndole consejo sexual, las coplas que se escribieron burlándose de los reyes jóvenes, los consejos que le daba Alberoni...", añade.

"Los últimos 10 años han sido muy movidos en el panorama monárquico español. Los guionistas, al fin y al cabo, tiramos de historias que vemos en el día", expone Valor, que comenta que, cuanto más se documentaba sobre la historia de Luis I, "más espejos veía con la realidad actual".

UNA SERIE DE ÉPOCA CON "UN TOQUE ROCK AND ROLL"

"Tenía que ser una serie de época, pero donde la época no se impusiese", asegura Diego Núñez, codirector de la serie, que destaca el "toque rock and roll" que han dado a la historia.

"Intentábamos ser rigurosos porque el rigor era un plus en esta serie. No hacía falta hacerla muy marciana, porque la historia ya era muy marciana y los personajes también", dice Cristóbal Garrido, que afirma entre risas que "el escrutinio ya ha empezado" en torno al rigor histórico. "Ya hemos visto tuits del tráiler, imagínate", confiesa entre risas.

Carlos Scholz, Alicia Armenteros, Pepe Viyuela, Claudia Traisac, Carlos González, Jorge Usón, Eric Masip, César Tormo, Marta Hazas y Héctor Carballo completan el reparto de 'La vida breve'. La serie, que consta de seis episodios, llega a Movistar+ este jueves 13 de febrero.



Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá"

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor. La ficción, dirigida por Valor y Diego Núñez, se adentra desde la comedia en hechos históricos reales que tuvieron como protagonista a Luis I, hijo de Felipe V, quien protagonizó del reinado más corto de la historia de España ejerciendo como monarca menos de un año, concretamente 229 días. "'La vida breve' no es precisamente una loa a la monarquía", reconoce Javier Gutiérrez, quien da vida a Felipe V, en una entrevista concedida a Europa Press. "Los tiempos han cambiado y, aunque existan ciertos paralelismos, precisamente porque los tiempos han cambiado, más que nunca la monarquía es algo que, de una forma u otra, aunque sea de una forma paulatina, en un futuro próximo, creo que no existirá ni en este país ni en Europa", agrega.

Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá"

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y...



Europa Press 11/02/2025 a las 15:18h.

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor. La ficción, dirigida por Valor y Diego Núñez, se adentra desde la comedia en hechos históricos reales que tuvieron como protagonista a Luis I, hijo de Felipe V, quien protagonizó del reinado más corto de la historia de España ejerciendo como monarca menos de un año, concretamente 229 días. "'La vida breve' no es precisamente una loa a la monarquía", reconoce Javier Gutiérrez, quien da vida a Felipe V, en una entrevista concedida a Europa Press. "Los tiempos han cambiado y, aunque existan ciertos paralelismos, precisamente porque los tiempos han cambiado, más que nunca la monarquía es algo que, de una forma u otra, aunque sea de una forma paulatina, en un futuro próximo, creo que no existirá ni en este país ni en Europa", agrega.



Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá"

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y...

Europa Press Martes, 11 de febrero 2025, 15:15

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor. La ficción, dirigida por Valor y Diego Núñez, se adentra desde la comedia en hechos históricos reales que tuvieron como protagonista a Luis I, hijo de Felipe V, quien protagonizó del reinado más corto de la historia de España ejerciendo como monarca menos de un año, concretamente 229 días. "'La vida breve' no es precisamente una loa a la monarquía", reconoce Javier Gutiérrez, quien da vida a Felipe V, en una entrevista concedida a Europa Press. "Los tiempos han cambiado y, aunque existan ciertos paralelismos, precisamente porque los tiempos han cambiado, más que nunca la monarquía es algo que, de una forma u otra, aunque sea de una forma paulatina, en un futuro próximo, creo que no existirá ni en este país ni en Europa", agrega.

ABC, EL CORREO, EL DIARIO VASCO, EL NORTE DE CASTILLA, EL COMERCIO, DIARIO MONTAÑÉS, DIARIO DE NAVARRA, LA RIOJA, LA VERDAD, IDEAL, SUR LAS PROVINCIAS, HOY

Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': "La monarquía, en un futuro próximo, no existirá ni en España ni en Europa"

Europa Press martes, 11 de febrero de 2025, 21:02



Archivo - Javier Gutiérrez posa durante la gala de apertura del Festival de San Sebastián 2022 en el Kursaal, a 16 de septiembre de 2021, San Sebastián, Guipuzkoa, País Vasco.

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor. La ficción, dirigida por Valor y Diego Núñez, se adentra desde la comedia en hechos históricos reales que tuvieron como protagonista a Luis I, hijo de Felipe V, quien protagonizó del reinado más corto de la historia de España ejerciendo como monarca menos de un año, concretamente 229 días.

"'La vida breve' no es precisamente una loa a la monarquía", reconoce Javier Gutiérrez, quien da vida a Felipe V, en una entrevista concedida a Europa Press. "Los tiempos han cambiado y, aunque existan ciertos paralelismos, precisamente porque los tiempos han cambiado, más que nunca la monarquía es algo que, de una forma u otra, aunque sea de una forma paulatina, en un futuro próximo, creo que no existirá ni en este país ni en Europa", agrega.

"El planteamiento de que has nacido y, por la gracia de Dios, eres mejor que otra persona, es complicado de gestionar", opina Leonor Watling, quien se mete en la piel de Isabel de Farnesio, segunda esposa de Felipe V. "A mí ahora mismo me recuerda más a la élite económica, a los Bezos y Zuckerberg del mundo, están más en ese punto en el que estaba la monarquía en el Barroco, completamente despegados de la realidad y con muchísimo poder", añade la intérprete, que considera que la monarquía actualmente "no tiene ese poder".

"Es debatible y bueno hablar dónde la colocas, yo creo que sí tiene un lugar, otro, pero los que están haciendo lo que hacían los reyes en el Barroco son las megaélites", matiza Watling.

Pese al tono cómico de la serie, la actriz recalca que 'La vida breve' está "hecha con mucho respeto a la esencia del ser humano" y "compasión" hacia sus protagonistas. "La Farnesio y Felipe estaban muy solos en el fondo", valora sobre los personajes. "Si debe ser difícil reinar a día de hoy, en aquella época debía serlo mucho más. La gente estaba inmersa en una burbuja en la que debía ser muy difícil no solo reinar, sino salir adelante en el día a día", expone Gutiérrez.

AHORA HAY BARRA LIBRE CON LA MONARQUÍA

Este respeto contrasta, como señala Watling, con el tratamiento que ha hecho la prensa de los asuntos vinculados a la Corona, que según la actriz, proyecta "cierto sadismo". "Ha habido compadreo hasta hace bien poco en la prensa con la Corona y con cierto sector político. Parece que ahora hay barra libre y eso tampoco es tan bueno, que haya tanta libertad a la hora de escribir sobre la Corona", argumenta Gutiérrez, que admite: "Me agrede ver tanto programa del corazón hablando abiertamente de la familia real, creo que no es bueno".

Tal como explica Adolfo Valor, la historia que relata 'La vida breve' "pasó tal cual". "Hemos inventado lo justo porque los elementos eran lo suficientemente divertidos y emocionantes para contarlos, pero hay cosas que directamente están tan cual: las cartas que escribía Luis a su padre pidiéndole consejo sexual, las coplas que se escribieron burlándose de los reyes jóvenes, los consejos que le daba Alberoni...", añade.

"Los últimos 10 años han sido muy movidos en el panorama monárquico español. Los guionistas, al fin y al cabo, tiramos de historias que vemos en el día", expone Valor, que comenta que, cuanto más se documentaba sobre la historia de Luis I, "más espejos veía con la realidad actual".

UNA SERIE DE ÉPOCA CON "UN TOQUE ROCK AND ROLL"

"Tenía que ser una serie de época, pero donde la época no se impusiese", asegura Diego Núñez, codirector de la serie, que destaca el "toque rock and roll" que han dado a la historia.

"Intentábamos ser rigurosos porque el rigor era un plus en esta serie. No hacía falta hacerla muy marciana, porque la historia ya era muy marciana y los personajes también", dice Cristóbal Garrido, que afirma entre risas que "el escrutinio ya ha empezado" en torno al rigor histórico. "Ya hemos visto tuits del tráiler, imagínate", confiesa entre risas.

Jorge Usón, Eric Masip, César Tormo, Marta Hazas y Héctor Carballo completan el reparto de 'La vida breve'. La serie, que consta de seis episodios, llega a Movistar+ este jueves 13 de febrero.

Javier Gutiérrez protagoniza 'La vida breve': «La monarquía, en un futuro próximo, no existirá ni en España ni en Europa»

CULTURA

PUBLICADA EL 11 FEBRERO, 2025

EUROPA PRESS

f X



Archivo. _ Javier. Gutiérrez. posa. durante. la. gala. de. apertura. del. Festival. de. San. Sebastián. 8688. en. el. Kursaal? a. 7 de. septiembre. de. 8687? San. Sebastián? Guipuzkoa? País.Vasco; Raúl.Terrel. _Europa.Press. _Archivo

Este jueves 13 de febrero Movistar+ estrena 'La vida breve', serie creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor. La ficción, dirigida por Valor y Diego Núñez, se adentra desde la comedia en hechos históricos reales que tuvieron como protagonista a Luis I, hijo de Felipe V, quien protagonizó del reinado más corto de la historia de España ejerciendo como monarca menos de un año, concretamente 229 días.

«'La vida breve' no es precisamente una loa a la monarquía», reconoce Javier Gutiérrez, quien da vida a Felipe V, en una entrevista concedida a Europa Press. «Los tiempos han cambiado y, aunque existan ciertos paralelismos, precisamente

porque los tiempos han cambiado, más que nunca la monarquía es algo que, de una forma u otra, aunque sea de una forma paulatina, en un futuro próximo, creo que no existirá ni en este país ni en Europa», agrega.

«El planteamiento de que has nacido y, por la gracia de Dios, eres mejor que otra persona, es complicado de gestionar», opina Leonor Watling, quien se mete en la piel de Isabel de Farnesio, segunda esposa de Felipe V. «A mí ahora mismo me recuerda más a la élite económica, a los Bezos y Zuckerberg del mundo, están más en ese punto en el que estaba la monarquía en el Barroco, completamente despegados de la realidad y con muchísimo poder», añade la intérprete, que considera que la monarquía actualmente «no tiene ese poder».

«Es debatible y bueno hablar dónde la colocas, yo creo que sí tiene un lugar, otro, pero los que están haciendo lo que hacían los reyes en el Barroco son las megaélites», matiza Watling.

Pese al tono cómico de la serie, la actriz recalca que ‘La vida breve’ está «hecha con mucho respeto a la esencia del ser humano» y «compasión» hacia sus protagonistas. «La Farnesio y Felipe estaban muy solos en el fondo», valora sobre los personajes. «Si debe ser difícil reinar a día de hoy, en aquella época debía serlo mucho más. La gente estaba inmersa en una burbuja en la que debía ser muy difícil no solo reinar, sino salir adelante en el día a día», expone Gutiérrez.

AHORA HAY BARRA LIBRE CON LA MONARQUÍA

Este respeto contrasta, como señala Watling, con el tratamiento que ha hecho la prensa de los asuntos vinculados a la Corona, que según la actriz, proyecta «cierto sadismo». «Ha habido compadreo hasta hace bien poco en la prensa con la Corona y con cierto sector político. Parece que ahora hay barra libre y eso tampoco es tan bueno, que haya tanta libertad a la hora de escribir sobre la Corona», argumenta Gutiérrez, que admite: «Me agrede ver tanto programa del corazón hablando abiertamente de la familia real, creo que no es bueno».

Tal como explica Adolfo Valor, la historia que relata ‘La vida breve’ «pasó tal cual». «Hemos inventado lo justo porque los elementos eran lo suficientemente divertidos y emocionantes para contarlos, pero hay cosas que directamente están tan cual: las cartas que escribía Luis a su padre pidiéndole consejo sexual, las coplas que se escribieron burlándose de los reyes jóvenes, los consejos que le daba Alberoni...», añade.

«Los últimos 10 años han sido muy movidos en el panorama monárquico español. Los guionistas, al fin y al cabo, tiramos de historias que vemos en el día», expone Valor, que comenta que, cuanto más se documentaba sobre la historia de Luis I, «más espejos veía con la realidad actual».

UNA SERIE DE ÉPOCA CON «UN TOQUE ROCK AND ROLL»

«Tenía que ser una serie de época, pero donde la época no se impusiese», asegura Diego Núñez, codirector de la serie, que destaca el «toque rock and roll» que han dado a la historia.

«Intentábamos ser rigurosos porque el rigor era un plus en esta serie. No hacía falta hacerla muy marciana, porque la historia ya era muy marciana y los personajes también», dice Cristóbal Garrido, que afirma entre risas que «el escrutinio ya ha empezado» en torno al rigor histórico. «Ya hemos visto tuits del tráiler, imagínate», confiesa entre risas.

Jorge Usón, Eric Masip, César Tormo, Marta Hazas y Héctor Carballo completan el reparto de 'La vida breve'. La serie, que consta de seis episodios, llega a Movistar+ este jueves 13 de febrero.

Se disparan los comentarios tras estas palabras de Javier Gutiérrez sobre la monarquía en España

El actor promociona una nueva serie en Movistar.

Álvaro Palazón 11/02/2025



El actor Javier Gutiérrez. Carlos Alvarez/Getty Images

Javier Gutiérrez y Leonor Watling están de promoción. Este jueves 13 de febrero Movistar + estrena *La vida breve*, una serie creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor que habla de un episodio poco conocido de la historia de España: el reinado de Luis I. Este monarca subió al trono en 1724 con 16 años y gobernó durante 229 días.

En una entrevista que ha publicado la agencia Europa Press, el actor Javier Gutiérrez ha dejado una frase sobre la monarquía que está dando que hablar en X (anteriormente Twitter).

Ha afirmado Gutiérrez que "los tiempos han cambiado" y que la monarquía le parece algo que "de una forma u otra, aunque sea de una forma paulatina, en un futuro próximo creo que no existirá, ni en este país ni en Europa".

Leonor Watling ha apostillado que será "de otra manera": "El planteamiento de que has nacido, y por la gracia de dios eres mejor que otra persona es complicado de gestionar. Cuando tengo esta conversación digo lo contrario, que es más fácil entender. Tú naces y te dicen que eres peor que los demás. No. Es raro. No se puede mantener en 2025. Y lo contrario tampoco, es decir, tú eres mejor que los demás porque sí".

La publicación que ha hecho Europa Press con este fragmento lleva más de 70 comentarios en poco más de 50 minutos, un claro ejemplo de que estas palabras van a dar que hablar.





Creadores de 'La vida breve' le dan un "toque rock and roll" que a la historia

Declaraciones de los creadores de 'La vida breve', Cristóbal Garrido, Adolfo Valor y Diego Núñez, quienes han destacado el "toque rock and roll" que han dado a la historia de 'La vida breve'.

"Es imposible no contar la historia de este país con humor": 'La vida breve', la serie que se burla de los Borbones

Leonor Watling y Javier Gutiérrez protagonizan 'La vida breve', la nueva serie que estrena Movistar + y que se centra en cómo el monarca Luis I gobernó solo 229 días



Álvaro García-Dotor 11/02/2025

Madrid Este jueves 13 de febrero, Movistar+ estrena *La vida breve*, una serie original que nos traslada a uno de los episodios más fascinantes y desconocidos de la historia de España: el reinado de Luis I, quien subió al trono con solo 16 años y gobernó durante apenas 229 días. Producida en colaboración con Zeta Estudios, la serie combina rigor histórico, humor irreverente y un reparto de lujo encabezado por Leonor Watling, Javier Gutiérrez y jóvenes talentos como Carlos Scholz y Alicia Armenteros.

La trama se desarrolla en 1724, cuando Felipe V, el primer Borbón en reinar en España, abdica en favor de su hijo Luis. Este joven monarca, entusiasmado por el poder pero inexperto en las artes de la política, se enfrenta a una corte llena de intrigas, conspiraciones y personajes

excéntricos. La serie no solo retrata los desafíos de Luis I, sino que también profundiza en las figuras de su madrastra, Isabel de Farnesio, y su esposa, Luisa Isabel de Orleans, dos mujeres que desafiaron las convenciones de su época.



Watling se ha pasado por La Ventana para charlar sobre la génesis de La vida breve junto con los creadores y guionistas de la serie, Cristóbal Garrido y Adolfo Valor. Sobre su papel, ha destacado la complejidad de su personaje: "Ha sido un regalazo este papel. Yo no he construido nada, he leído un guion brillante. He hecho lo que he podido, pero el trabajo es de los creadores. A Isabel le ponía mucho que hubiera fregaos con otros países. España no le gustaba nada", ha comenzado diciendo la actriz.

Una de las características que más destacan de La vida breve es su tono, que oscila entre la comedia y el drama sin perder nunca el respeto por los hechos históricos. Los guionistas, Adolfo Valor y Cristóbal Garrido, se inspiraron en un artículo periodístico sobre Luis I para desarrollar la serie. "La suerte que tenemos de guionistas es que no trabajar también es trabajar. Un día, leyendo El País, leímos un reportaje sobre Luis I. El concepto era cómico, pero escarbando y leyendo nos dimos cuenta de que era muy interesante y que la niña con la que le casaron no quería estar ahí, una chica francesa mucho más avanzada que la Corte de ese momento. La madrastra era un personaje muy contundente y también muy maltratado por la historia porque siempre la cuentan los hombres: las mujeres o son malas o son putas. De Farnesio era la mala, y Luisa, la loca", ha dicho Garrido sobre el origen de la idea.

"A Alicia la conocíamos de Días Mejores y nos decíamos que Luisa era ella. Hizo todos los castings, pero era ella porque lo reúne todo, sobre todo la actitud. Era el punto de vista del espectador moderno, una tía de una serie de Lena Dunham. Luisa era una chavala adelantada a su tiempo, le dolía encorsetarse y no quería ser reina", ha dicho Garrido sobre el personaje de Alicia Armenteros.

Adolfo Valor, por su parte, ha explicado que el tono correcto a la hora de enfocar esta historia era el cómico. "La historia es triste, ridícula y graciosa. Estaba condenada a salir mal desde el principio. Es imposible no contar la historia de este país con humor. Tienes que ser honesto con lo que estás contando. Fernán Gómez decía que este país era de risa. Cuando veo algo muy solemne, me quedo fuera. Solo hay que poner las noticias. Cada Episodio Nacional es más disparatado que el anterior", ha afirmado el creador.

La música también juega un papel crucial en la serie, con una banda sonora que fusiona canciones modernas con piezas de la época. Farinelli, el famoso castrato italiano, hace una aparición especial en la serie, interpretado por Carlos González, quien también aporta su voz en algunas escenas. Otro de los aspectos más destacados de la producción es su rigurosidad histórica. La serie fue rodada en los mismos palacios donde vivieron los protagonistas, gracias a un acuerdo con Patrimonio Nacional. Escenarios como el Palacio Real de Madrid, los Jardines de Aranjuez y el Palacio de la Granja de San Ildefonso aportan autenticidad y belleza visual a la historia.

La vida breve se estrena este jueves en Movistar+ con los tres primeros capítulos, seguidos de los tres restantes el 20 de febrero.





Javier Gutiérrez y Leonor Watling, pareja de reyes en 'La vida breve': “La comedia parece ser siempre la hermana pobre”

El actor Javier Gutiérrez interpreta al rey Felipe V y la actriz Leonor Watling a su esposa, Isabel de Farnesio, en la nueva serie de Movistar Plus+ 'La vida breve'. La ficción, que se estrena este jueves 13 de febrero, cuenta en clave de humor la historia de Luis I, el hijo de Felipe V que pasó a la historia por protagonizar el reinado más corto de la monarquía española

Pedro Zárate / Javier Cáceres 11 de febrero de 2025 20:46 h

Movistar Plus+ estrena este jueves 13 de febrero La vida breve, serie sobre Luis I, el rey más corto de la historia de España. Javier Gutiérrez interpreta a su padre, Felipe V, el primer Borbón que reinó en nuestro país, mientras que Leonor Watling da vida a su madrastra, Isabel de Farnesio, en esta comedia histórica, subgénero muy poco explorado en nuestra industria audiovisual.

“Tiene que ver con el presupuesto. Siempre que tiene que ver con época, eso se traduce en dinero en la cabeza del productor. Y como la comedia parece ser la hermana pobre siempre, a la hora de producir, del prestigio y de los galardones...”, lamenta Gutiérrez durante su entrevista con verTele. Por eso valora tanto esta apuesta: “Me jode decir esto, pero parece una serie que no es española”.

Sí lo es por su temática, claro, pues la monarquía estaba muy vigente en la España del siglo XVIII y lo sigue estando en la de 2025. “Miro la monarquía desde el lugar en el que miras a cualquier élite, como de 'ostras, qué solos están'”, apunta Watling, que coincide con Gutiérrez en señalar la incertidumbre que rodea a cualquier producción audiovisual.

De hecho, ella cree que “los bancos serían productoras” si hubiera una fórmula para convertir cualquier serie o película en un éxito. Él directamente niega conocerla: “No entiendo a la gente que dice 'esto huele a Feroz, o a Goya'. ¿Pero qué cojones? Si estoy intentando pensar cómo voy a hacer la siguiente escena”.



La actriz y copresentadora de la gala de los Premios Goya Leonor Watling. EFE/Zipi Aragón

Leonor Watling: Sería estupendo que deje de ser noticia que dos mujeres presenten los Goya

11 febrero 2025 Javier Picazo Feliú |

Madrid (EFE).- La actriz y copresentadora de la gala de los Premios Goya Leonor Watling reconoce que conducir los premios de la Academia de Cine española fue "un regalo", en una gala histórica con "un final bizarro", presentada por primera vez por dos mujeres y en la que, asegura, la parte «más difícil» es la alfombra roja.

"Me encanta porque en la alfombra roja decían: 'por primera vez presentan dos mujeres' y me encantaría que dijeran: 'por primera vez presentan dos ardillas'. Que deje de ser noticia sería estupendo", asegura Watling en una entrevista con EFE.

Una alfombra roja que supuso la parte más complicada en su experiencia como conductora de la gala: "Es casi la parte más difícil. Los cambios y el glamour, que a mi me cuesta mucho. Es importante y es exigente, las presentadoras teníamos 3 o 4 cambios de ropa. Hay que ponerle cariño y cuidado", asegura.

“No estaba muy nerviosa. Me pone muy nerviosa lo de meter tripa en la alfombra roja. Lo otro es nuestro trabajo. Tenemos un guion muy bueno. Eso es lo que sabemos hacer. Lo otro no”, añade Watling (Madrid, 1975).



Leonor Watling durante una entrevista con EFE. EFE/Zipi Aragón

Presentar la gala con Maribel Verdú fue algo «increíble»

Presentar la gala junto a la también actriz Maribel Verdú fue para ella algo “increíble»: «Es súper trabajadora y muy generosa. Hemos ensayado mucho la gala y nos hemos acompañado mucho y dado la manita en la alfombra roja para no sentirnos solas”.

Los Goya de 2025 hicieron historia al repartir ‘ex aequo’ el galardón más importante, el de mejor película, entre dos títulos, ‘El 47’ y ‘La infiltrada’.

“Yo creo que deberían sentirse muy orgullosos. Incluso por ese final tan bizarro con el ‘ex aequo’ a dos películas. Pero si está empatado, está empatado. Lo que les propondría la próxima vez a los notarios es que lo pongan en gigantesco: ‘ojo, cuidado, leerlo todo’ (en referencia a las anotaciones que dejaron en el sobre con el que se anuncia el ganador), afirma.

En este sentido, Watling asegura que no tuvieron constancia en ningún momento de la gala de este hecho: “nadie sabe nada. Están los notarios allí en una habitación dando los sobres y no se sabe”.

Su nueva serie, 'La vida Breve'

La actriz y cantante presenta estos días su nueva serie, 'La vida Breve' de Movistar Plus+, humor inteligente en el que se cuenta la vida de Luis I, el más breve de la historia de España, y en la que interpreta a la madrastra conspiradora, Isabel de Farnesio.

"Ella tiene su corazón (risas). Es lo que le ha tocado. Las crónicas dicen que Isabel de Farnesio era muy inteligente y muy ambiciosa. Tenía que firmar las cosas su marido, pero mientras hiciera lo que ella quería..."

La miniserie de seis episodios creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor, está protagonizada por Javier Gutiérrez, Leonor Watling, Carlos Scholz y Alicia Armenteros, y se estrena el próximo 13 de febrero.

"No me podía creer la suerte que he tenido", asegura de una serie que intenta abrir una reflexión sobre cómo los problemas como la salud mental, la igualdad de género o el poder que se producen en pleno s. XVIII puede ser muy actual: "Los humanos en el fondo tampoco cambiamos tanto. Al final habla de la relación de un padre y un hijo".

PRESENTA 'LA VIDA BREVE'

Leonor Watling desvela cómo fue ver a Richard Gere: "Es guapísimo; le miras y todo a bien en el mundo"

La actriz y cantante Leonor Watling se ha pasado por Cuerpos especiales para presentar La vida breve, la nueva serie en la que interpreta a la reina consorte de España Isabel Farnesio, y recordar los mejores momentos de la pasada gala de entrega de los Premios Goya, en la que ejerció de presentadora.



Europa FM Madrid 11/02/2025

La polifacética Leonor Watling, actriz y cantante de referencia en nuestro país, se ha pasado por Cuerpos especiales para charlar con Eva Soriano y Nacho García de La vida breve, la nueva serie que protagoniza y en la que da vida a la reina consorte de España Isabel Farnesio, segunda esposa del rey Felipe V, primer monarca Borbón, y madre de Luis I, el rey con un reinado más breve en la historia de nuestro país.



"Estamos dando mal la materia", ha indicado la actriz, que recibió el guión de esta comedia histórica al mismo tiempo que su hijo mayor estudiaba Historia de España. "Es tan heavy ella", ha indicado con respecto a la figura de Isabel de Farnesio, a quien ha descrito como "una italiana que la pusieron pensando que iba a ser superdócil".

La segunda esposa de Felipe V, a quien ha catalogado en base a la preparación histórica de la serie como "muy religioso y muy horny y que estaba fatal de lo suyo, como las maracas de Machín", se convirtió en una de las figuras más controvertidas de la corte. "A mí me flipa ser reina y me vas mandar a La Granja, a tomar por saco", ha explicado con respecto a la actitud de la reina consorte, demostrando que, como ha apuntado Nacho García, la Historia se vuelve más interesante con un "cotorreo de palacio".

Además, la reciente presentadora de la gala de entrega de los Premios Goya ha recordado algunos de los momentos más destacados de la gala. Sobre Richard Gere, que recibió el Goya Internacional, ha indicado que "es guapísimo y tiene una cosa muy gringa, muy americana, como de hacer mucho yoga y mucha meditación, y le miras y todo va bien en el mundo".

En cuanto a los discursos más emotivos de la ceremonia, la actriz ha destacado la subida al escenario de Salva Reina para recibir su premio en la categoría de Mejor Actor de Reparto o el de Javier Macipe, Premio Goya a Mejor Dirección Novel, que recitó en verso los agradecimientos en forma de chacarera. "Fue superemocionante, superbonito", ha recordado, al tiempo que explicaba que casi se le saltaban las lágrimas con tan original discurso.

Sin embargo, no era la primera vez que protagonizaba una gala de los Goya, ya que fue invitada en la edición de 2018 para cantar con su grupo, Marlango. "Es más difícil cantar", ha explicado con respecto al rol de cantante, una propuesta que también le hicieron este año, pero que declinó porque "como tenga que hacer eso me estalla la cabeza".

Estreno este jueves

'La vida breve', la cómica historia verídica del rey más efímero de España (que escarba en la vida sexual de los Borbones)

Carlos Scholz y Javier Gutiérrez protagonizan la serie de Movistar Plus+ creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor



Javier Gutiérrez y Carlos Scholz, en 'La vida breve' / MOVISTAR PLUS+

Marisa de Dios 12 FEB 2025 8:00

Las monarquías son una fuente inagotable para libros, series y películas, pero hay un rey en España que no ha salido en demasiadas obras: Luis I, el hijo de Felipe V. Posiblemente, porque fue el más efímero en el trono, que ocupó solo durante 229 días: desde el 15 de enero de 1724 hasta su muerte el 31 de agosto de ese mismo año, fecha de su fallecimiento. Ese dato de su corto reinado fue el que captó el interés de Cristóbal Garrido y Adolfo Valor, creadores de títulos como 'Reyes de la noche', 'Cuerpo de élite' y 'Días mejores', que lo convierten en protagonista de su nueva serie, 'La vida breve', que llega a Movistar Plus+ este jueves 13 de febrero.

"Es un personaje del que prácticamente no se habían escrito libros, así que imagínate series y películas", comentan los creadores, que cuando empezaron a indagar en su biografía descubrieron el potencial que tenía tanto este monarca como las tres

personas más cercanas a él. "Luis I (al que da vida Carlos Scholz) es un chico que fue completamente abandonado por su familia. Le dejaron con un cargo muy importante, no le hacían caso y todo el mundo esperaba de él algo que no estaba preparado para dar", afirman.

"Luego está Felipe V (al que da vida Javier Gutiérrez), su padre, con su locura, y que fue el primer rey que abdicó; su madrastra, Isabel de Farnesio (Leonor Watling), una tía superadelantada a su tiempo que se puso el reino a los hombros porque su marido era un señor incompetente; y Luisa de Orleans (Alicia Armenteros), su mujer, que ha pasado a la historia como una reina chiflada que en realidad era una tía que no quería estar ahí", señalan.



A pesar de basarse en hechos históricos, 'La vida breve' está enfocada desde la comedia. "No es algo premeditado, pero es nuestra forma de ver el mundo. Además, cuanto más escarbábamos en esta historia, más divertida y trágica nos parecía a la vez", justifica Valor. "Incluso nuestro asesor histórico nos dijo que tenía todo el sentido que fuera una comedia, porque todo lo que pasó es bastante disparatado", añade.

Historias hirientes, pero reales

De hecho, Garrido insiste en que "las cosas más locas, sangrantes e hirientes para los personajes son reales". "Nos pasó lo mismo con 'Reyes de la noche' (la serie inspirada en la guerra entre José María García y José Ramón de la Morena), que la gente pensaba que habíamos apretado mucho las tuercas pero muchas cosas que contábamos estaban documentadas en el periodismo de la época. Muchas veces, en vez de apretar las tuercas, lo que tenemos es que rebajar, porque Felipe V era un ser muy extremo", comentan.

La serie, por ejemplo, incide en la ajetreada vida sexual de los Borbones. "Felipe V tenía una pulsión sexual que está bastante extendida en la saga familiar y eso había que contarlo", subrayan. Y viendo los seis episodios, es inevitable pensar que ciertos aspectos de la monarquía del pasado nos remiten directamente al presente.



Cristóbal Garrido y Adolfo Valor / Fabian Morassut / Movistar Plus+

Paralelismos con la actualidad

"Esos son los accidentes felices que te vas encontrando. Vimos que Luis llega al trono con su padre vivo, que era algo insólito, porque los reyes se morían en la cama por muy incapacitados que estuviesen. Y no solo abdica, sino que además se queda en un destierro en el que no termina de sentirme muy cómodo y sigue empañando un poco la labor del hijo. Así que había cosas que, de repente, la conectaban directamente con el presente, había paralelismos que la hacían más actual, pero no fue algo buscado", confiesan.



Javier Gutiérrez y Leonor Watling, en 'La vida breve' / MOVISTAR PLUS+

Porque, sobre todo, la serie aborda también temas que no envejecen. "Las familias siguen teniendo secretos, los padres y los hijos siguen teniendo problemas, incluso en España continúan las mismas preocupaciones por pagar una vivienda digna. Esos son los temas que a nosotros nos atraían y hacían que la serie estuviera viva y que no fuese una cosa apolillada", reivindican.

Pepe Viyuela, Claudia Trisac, Carlos González, Jorge Usón, Eric Masip, César Tormo, Marta Hazas y Héctor Carballo completan el reparto de esta ficción que, a pesar de que narra anécdotas que parecen de lo más surrealistas, están documentadas. Y cuenta con Lalachus en uno de los episodios, en el que la cómica de 'La revuelta' hace un pequeño papel seduciendo a Luis I.

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

ESTRENO

"Naces, reinas y te mueres": la nueva serie de Movistar Plus+ que tiene historia, humor y un fascinante retrato de época

Esta es la breve historia del breve reinado, el breve matrimonio y la breve vida de Luis I... el Breve



Por **Berto Molina** 11/02/2025 - 17:05

Este jueves 13 de febrero llega una nueva serie española a las plataformas, concretamente a Movistar Plus+. Hablamos de *La vida breve*, un proyecto original de Movistar en colaboración con Zeta Studios (*Élite*, *Días mejores*), creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor y dirigida por Valor y Diego Núñez, bajo el eslogan 'naces, reinas y te mueres'.

Esta serie de época, que tiene seis episodios de 30 minutos de duración (los tres primeros van este jueves y los tres restantes el 20 de febrero), cargada de humor e irreverencia, recrea los sorprendentes acontecimientos que tuvieron lugar durante el reinado más corto de la historia de España con el monarca más desconocido: Luis I, hijo de Felipe V.

El rey permaneció en el trono 229 días, desde el 15 de enero de 1724 hasta su muerte el 31 de agosto de ese mismo año. Y para llevar esta historia a la pequeña pantalla han contado con Javier Gutiérrez, Leonor Watling, Carlos Scholz y Alicia Armenteros.

Sinopsis

Como cualquier joven, Luis está a punto de experimentar grandes cambios. Le casan con una prima desconocida y va a heredar el trono de España. En pleno s. XVIII esto sería un episodio feliz en la vida de cualquier príncipe, pero a Luis no se lo van a poner fácil.



Con una esposa rebelde (Luisa de Orleans, Alicia Armenteros), un padre enajenado (Felipe V, Javier Gutiérrez) y una madrastra conspiradora (Isabel de Farnesio, Leonor Watling), Luis I (Carlos Scholz) tiene que iniciar su reinado. Por suerte para él, los problemas terminarán pronto.

Crítica - 'La vida breve'

 José Luis Prieto Fernández - 11/02/2025

Título original – La vida breve

Año – 2025

Duración – 30 minutos

País – España

Creadores – Adolfo Valor y Cristóbal Garrido

Guion – Adolfo Valor y Cristóbal Garrido

Reparto – Javier Gutierrez, Leonor Watling, Carlos Scholz, Alicia Armenteros, Pepe Viyuela, Claudia Traisac y Carlos González

Fotografía – María Codina

Productoras – Movistar Plus y Zeta Studios

Género – comedia, drama de época

Ficha completa en FilmAffinity



Adolfo Valor y Cristóbal Garrido son un tandem bastante consolidado en la comedia española. Aunque durante su carrera como guionistas han tenido altibajos en algunas películas y series, la realidad es que siempre han funcionado muy bien en taquilla y han sabido conectar con el público generalista. De este modo, están detrás de *Cuerpo de élite* (Mazón, 2016), *Lo dejo cuando quiera* (Therón, 2019) o, probablemente su mejor largometraje, *Promoción fantasma* (Ruiz Caldera, 2012).

Sin embargo, es en el formato serie donde se han encontrado más cómodos y donde han ofrecido sus mejores trabajos. Garrido es uno de los responsables de una de las series más importantes de nuestra historia como es *Fariña* (Campos, Neira, Garrido, Sotelo, 2018), aunque en esta ocasión sin su pareja artística. Juntos han lanzado en los últimos años *Días mejores* (2022), más cercana al drama, y *Reyes de la noche* (2021), donde se meten de lleno en la batalla de la radio deportiva entre José María García y José Ramón de la Morena, aunque no tuvo continuación a una primera temporada bastante correcta y divertida. Ahora estrenan *La vida breve* sobre uno de los momentos olvidados de nuestra historia, el corto reinado de Luis I durante apenas 8 meses de 1724.



Tras la abdicación de Felipe V (Javier Gutiérrez), su primogénito (Carlos Scholz) debe subir al trono apenas con 17 años y tras haberse casado con Luisa de Orleans (Alicia Armenteros), una pariente lejana de la realeza francesa cuyo comportamiento es más que reprochable y que no quiere acostarse con su marido. Ante esta situación, y con un rey influido por ideas liberales y modernizadoras del país, la reina emérita (Leonor Watling) empieza a conspirar contra Luis I para que su marido vuelva al trono.

Al igual que Reyes de la noche, esta es una serie de Movistar Plus. Antes de todo hay que aplaudir la labor que está haciendo la plataforma potenciando el sector audiovisual español, apostando por proyectos que no tendrían apoyo por otras productoras, y ofreciéndonos obras de tanta calidad. Como venía diciendo, aunque salvando las distancias temporales, las dos series de Valor y Garrido para la plataforma no solo coinciden en esto. Ambas se sirven del humor castizo para retratar una historia llena de traiciones, conspiraciones, donde parece que no hay ningún personaje bueno.

Aun así, en La vida breve sí encontramos la bondad, sobre todo, en los dos personajes más jóvenes, el rey y la reina. Puede que Carlos Scholz interprete a un pánfilo Luis I, que no sabe muy bien por dónde le viene el aire, y bastante reprimido afectivamente, pero no tiene maldad. Tampoco la tiene su mujer, interpretada por la gran revelación de la serie Alicia Armenteros, la cual compone un personaje simplemente libre, que las ataduras de palacio no van con ella, y que nos puede recordar aquella Maria Antonieta punki de Kristen Dunst.

Por detrás de ellos, está una maquiavélica y pérfida reina emérita interpretada por una soberbia Leonor Watling, acompañada por un Felipe V desfasado, neurótico y bastante patético interpretado por un correcto, aunque a veces hiperbólico Javier Gutiérrez.



Y aquí es donde está el problema, la serie usa la hipérbole en exceso para el humor, desembocando en una sátira histriónica, histérica y obcecada en ridiculizar a los españoles y abrazar la pomposidad francesa.

Si nuestros grandes cómicos han sabido reírse de nosotros mismos, siempre ha sido gracias al cariño, al entendernos como sociedad. Obviamente con la pretensión de hacer un paralelismo con la actualidad, esta serie, cuando más intenta hacer gracia, más floja es. Tampoco cuando se pone en manos de sus secundarios consigue revitalizar la comedia, más bien entorpecen la trama.

De hecho, cuando se pone serena, sobre todo a partir del cuarto episodio, donde ya la relación entre los nuevos reyes se asienta, aunque más desde un plano de amistad, funciona mejor, ya que consigue transmitir los sentimientos que tiene cada personaje, así como desarrolla su personalidad y los difíciles lazos entre ellos. Realmente emociona, y todo gracias -perdón por repetirme- a una Alicia Armenteros encarnando a Luisa de Orleans que lidera durante todo momento los derroteros de una serie que termina siendo correcta, aunque tremendamente lúdica para conocer el breve reinado de Luis I y que se disfruta mucho desde un diseño de producción bastante atractivo.

Los tres primeros episodios llegarán el 13 de febrero a Movistar Plus y los tres últimos, el 20 del mismo mes.

Nota de lectores

0

LO MEJOR: EL
DESCUBRIMIENTO DE
ALICIA ARMENTEROS

LO PEOR: EL
HIPERBÓLICO E
HISTÉRICO HUMOR
AFRANCESADO

6

[Entretenimiento](#) > [Series](#)

Se estrena esta adictiva serie de época española que sólo tiene 6 capítulos y cuya historia recuerda a la de 'La reina Carlota' de 'Los Bridgerton'

Este nuevo título cuenta con una alocada trama sobre la monarquía de nuestro país, interpretada por un reparto de lujo y con una puesta en escena que no tiene nada que envidiar a la de la ficción producida por Shonda Rhimes.

Por Marieta Taibo Publicado: 11/02/2025



Hacía mucho tiempo que no disfrutábamos tanto con una serie de época como con la que se estrena en unos días y que nos ha recordado a 'La reina Carlota' de 'Los Bridgerton'. En Cosmo hemos tenido la oportunidad de ver esta producción española antes de que llegue a la pantalla y nos hemos enamorado. Tiene sólo seis capítulos y su trama ligera y entretenida te empuja a devorarla del tirón. Así que el maratón está asegurado con esta ficción que ha sido creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor y que cuenta con un reparto de lujo en el que figuran Javier Gutiérrez, Leonor Watling, Carlos Scholz y Alicia Armenteros. Podrás verla a partir del 13 de febrero en Movistar Plus+.

Su título es 'La vida breve' y nos cuenta la corta historia de Luis I (Carlos Scholz), un joven que debe asumir el trono cuando su padre (Javier Gutiérrez), Felipe V, decide que ya no quiere seguir reinando. El inocente Luis está motivadísimo con su nuevo puesto, pero pronto descubrirá que su misión no será tan sencilla como imaginaba. En primer lugar, lo obligan a casarse con una princesa francesa, Luisa de Orleans (Alicia Armenteros), rebelde, deslenguada y algo ordinaria y luego enferma gravemente. En paralelo, tiene que lidiar con las conspiraciones de su madrastra, Isabel de Farnesio (Leonor Watling).

Cuando decimos que 'La vida breve' nos recuerda a 'La reina Carlota' es porque Isabel de Farnesio muestra el mismo poderío que Carlota, ambas ejercían el poder a la sombra de un rey al que se le iba la cabeza. Recordemos que Felipe V creía que era una rana y tenía otros delirios como Jorge, el monarca con el que estaba casada la reina de 'Los Bridgerton'. También hay semejanzas entre ambos títulos en que dan una visión más moderna y nada encorsetada de la época. Ambas tienen un 'mood' muy actual, algo clave para conectar con las nuevas generaciones.



Hacer un Luis de hoy en día con el que los chavales empaticen fue uno de los objetivos de Carlos Scholz, según nos confesó durante una entrevista por la serie. "En la actualidad, la sociedad o algunas familias te dicen lo que tienes que ser, no hay que irse a la monarquía del siglo XVIII para

verlo. Quería trasladar todo esto para que un chaval de 15 años se pueda identificar con el personaje", dijo.

Por supuesto, esta forma de presentar la historia de una forma más distendida y llena de licencias puede dar pie a críticas y en este sentido, el actor es claro: "Si quieres aprender la historia de forma fiel, hay que irse a los libros, la serie es para aquellos que estén dispuestos a disfrutar, aparte de aprender, porque todo lo que pasa en la serie es real, pero contado de una forma bastante especial. Además, es un producto de calidad con buenas interpretaciones, dirección, vestuario y localizaciones". Así que si, efectivamente, quieres pasarlo bien, reírte y también emocionarte con esta familia real poco convencional, 'La vida breve' se convertirá en tu serie de época favorita para ver en Movistar Plus+.

PREGUNTAS CLÁSICAS

Leonor Watling comparte en 'La Revuelta' su estrategia para evitar problemas con Hacienda: “He escondido dinero para pagar los impuestos”

La actriz y su compañero, Javier Gutiérrez, visitan a David Broncano para presentar 'La vida breve', una comedia histórica sobre Felipe V, en una entrevista marcada por anécdotas de rodaje, humor y los clásicos interrogantes del programa



Leonor Watling y Javier Gutiérrez durante su visita a 'La Revuelta', donde presentaron 'La vida breve' RTVE

María Romero Medinilla 12/02/2025 00:24

El plató de La Revuelta vivió una de sus noches más caóticas con la visita de Javier Gutiérrez y Leonor Watling. Ambos actores acudieron al programa para presentar La vida breve, la nueva serie de Movistar Plus+ en la que interpretan a personajes de la corte de Felipe V. Sin embargo, la entrevista comenzó con una ausencia destacada: Leonor Watling llegó tarde, alargando la espera de Broncano y su equipo mientras se encontraba en otra entrevista en la radio. “En el caso de hoy, Leonor es Leonor Waiting”, bromeó el presentador mientras intentaban localizarla en directo.



Mientras tanto, Javier Gutiérrez sostuvo la conversación en solitario, desvelando detalles de la serie y el alto nivel de producción con el que se ha llevado a cabo. “Es raro que se haga comedia con un nivel de producción tan apabullante”, comentó, destacando que el rodaje se llevó a cabo en escenarios históricos como el Palacio Real de Aranjuez y la Quinta del Pardo.

También recordó una de sus experiencias más frustrantes en el mundo del cine, cuando grabó tres secuencias para *El otro lado de la cama* y al asistir al estreno descubrió que había sido eliminado del montaje final. “Fui feliz al estreno y cuando me vi... me llevé una hostia bastante grande”, confesó.

El actor también habló sobre su trayectoria televisiva, recordando el fenómeno de *Águila Roja*, la serie de aventuras en la que interpretó al inolvidable Sátor. “Llegamos a tener seis o siete millones de espectadores en aquella época. Era una auténtica locura”, afirmó. Broncano, que era seguidor de la serie, bromeó sobre lo surrealista que era ver un ninja en Toledo y elogió el carisma del personaje de Gutiérrez.

Entre bromas y llamadas en directo, finalmente Watling apareció en el plató, disculpándose por su retraso.

Preguntas clásicas

Leonor Watling desvela su estrategia para gestionar el dinero antes de pagar impuestos

Para cerrar la entrevista, Broncano les hizo las preguntas clásicas del programa. Watling, sin rodeos, confesó que su cuenta bancaria rondaba los 60.000 euros, aunque aclaró que había apartado la mitad para pagar impuestos. La actriz confesó que cada año es un reto organizar sus finanzas y que su estrategia consiste en ocultar el dinero para no gastarlo antes de la declaración fiscal. “He escondido el dinero para pagar los impuestos, porque si no me lo gasto”, admitió entre risas. Explicó que los actores suelen recibir pagos grandes de golpe, lo que puede dar una falsa sensación de riqueza. “Te vienes arriba y dices: ‘¡Es un éxito! ¡Soy rica!’ Y luego llega mayo y tienes que ir al banco a pedir un préstamo para pagar impuestos. No sería la primera vez”, confesó.

Gutiérrez, en cambio, se mostró más reservado en ambas cuestiones, destacando que su filosofía de vida es el ahorro y la discreción. Gutiérrez, por su parte, reconoció que su enfoque con el dinero es mucho más precavido y que evita hacer gastos innecesarios. “Soy una hormiguita, no me gasto el dinero en bolsos como Leonor”, comentó con humor.



Con bromas, anécdotas y el caos que caracteriza al programa, la visita de Javier Gutiérrez y Leonor Watling dejó momentos memorables, consolidando su complicidad en pantalla y avivando el interés por La vida breve, la serie que llega a Movistar Plus+ con una propuesta innovadora y un elenco de primer nivel.

TELEVISIÓN

Leonor Watling revela en 'La Revuelta' sus problemas para pagar impuestos: "Acabaré pidiendo préstamos"

Se puede disfrutar del programa de lunes a jueves a las 21:40 horas en TVE



Leonor Watling

Adrià Regàs 12 FEB 2025 0:00

'La Revuelta' ha llegado para revolucionar la televisión. TVE compite directamente contra 'El Hormiguero' de Antena 3, líder indiscutible de la franja horaria, para apoderarse con el 'acces prime time'.

El formato de David Broncano se emite de lunes a jueves a las 21:40 horas, con una duración de 70 minutos. En este colaboran caras conocidas como la de Jorge Ponce, Ricardo Castella o Grison, y cuentan cada noche con algunos invitados que son entrevistados.

El programa ha acogido hoy ha acogido al actor Javier Gutiérrez, y la actriz Leonor Watling, que han ido a presentar la serie 'La vida breve'. Watling ha llegado tarde a 'La Revuelta' porque estaba concediendo otra entrevista en 'La Ventana' de la Cadena SER.

A la hora de responder las 'Preguntas clásicas' de David Broncano, la actriz, que también presentó los Premios Goya el pasado sábado, ha revelado su truco para tener dinero y poder abonar todos los impuestos pertinentes. "Está todo guardado y escondido para que no lo vea y no me lo gaste porque, sino, acabaré pidiendo préstamos para pagar impuestos. Y no sería la primera vez que me pasa".

"A los actores nos pagan mucho de golpe y te vienes arriba", ha dicho. Watling ha explicado que alguna vez se ha comprado bolsos caros, y se da algún que otro capricho. No obstante, la actriz ha señalado que tiene unos 60.000 euros en la cuenta del banco.

'La Revuelta' se cachondeó del cameo irreconocible de uno de sus miembros en la serie de Javier Gutiérrez y Leonor Watling

David Broncano intentó evitar que su compañero mostrara a cámara su antes y después del personaje que interpretó en 'La vida breve': “Eres un tío atractivo hasta que la gente descubre la armadura que hay debajo”



Paula Hergar 11 de febrero de 2025 23:56 h Actualizado el 12/02/2025 00:01 h

Javier Gutiérrez y Leonor Watling fueron los invitados de este martes, 11 de febrero, en La Revuelta. Los dos actores presentaron La vida breve, la nueva serie de Movistar Plus+ de la que también nos hablaron en una entrevista a verTele!

Los intérpretes explicaron que se trata de una comedia de pocos capítulos en la que retratan el reinado de Luis I, el más breve de la historia de España.

Para promocionar la ficción emitieron el tráiler y señalaron que también había hecho un cameo Lalachus. Lo que no esperaban, ni los invitados, ni David Broncano, era que Miguel Campos les interrumpiera para señalar que él también había participado como actor en la serie: “Yo también salgo, grabé el año pasado”.

En ese instante, el presentador recordó que para aquel personaje, Campos se había afeitado: “Ay, Dios mío, la peor decisión que puede tomar una persona”. Y Ricardo añadía: “A mis hijos, si están en casa viendo esto, acostaos ahora, que luego no me duermen”, sabiendo lo que venía después.

Aunque intentaron frenar que Miguel mostrara una fotografía de su cameo, este lo acabó haciendo. “Sé que sin barba estoy muy feo, pero lo hice por actuar, por ser actor y por la serie”, lamentaba viendo su antes y después. “Tengo menos mandíbula que una gaviota, es acojonante”.



Broncano analizaba el cambio casi irreconocible de su compañero: “Es que a todos los tíos nos ayuda la barba y tal, pero tu caso es escandaloso. Tú eres un tío atractivo hasta que la gente descubre la armadura que hay debajo”.

Pero aún fue peor cuando emitieron el vídeo de una escena en la que aparecía Campos. Duró dos segundos. “¿Esto es todo lo que salgo?”, preguntaba. Y hasta Javier Gutiérrez quiso comentarlo: “Eso una figuración pura y dura. No es actor...”, aseguró para más cachondeo.

TELEVISIÓN

Leonor Watling, presentadora de los Goya, confiesa en 'La Revuelta' cuánto dinero tiene en el banco

Acudió al programa para presentar 'La vida breve' de Movistar Plus+



Leonor Watling, en 'La Revuelta' Captura TVE

Redacción Barcelona Actualizado a 12/02/2025 01:03 CET

Pocos días después de presentar la gala de los Goya 2025 junto a Maribel Verdú, Leonor Watling acudió al plató de 'La Revuelta' para presentar junto a Javier Gutiérrez una nueva serie, 'La vida breve'. Esta nueva ficción de Movistar Plus+ llega el próximo jueves 13 febrero a la plataforma de 'streaming'.



Leonor Watling y Javier Gutiérrez, en 'La Revuelta' RTVE

Además de los dos protagonistas que acudieron a 'La Revuelta', 'La vida breve' cuenta en su reparto con Carlos Scholz, Alicia Armenteros, Pepe Viyuela, Claudia Trisac, Carlos González, Jorge Usón, Eric Masip, César Tormo, Marta Hazas y Héctor Carballo. Además, participan Bastien Ughetto, Alexandre Blazy, Marta Levenfeld, Natalie Pinot y Lalachús, entre otros.

Aunque llegó tarde a la entrevista por estar atendiendo a la SER, sí se tuvo que someter a las preguntas clásicas del programa. En cuanto al dinero, la actriz señaló los altos impuestos que paga. Para no tener ningún problema en la declaración de la renta, Watling desveló que guarda parte de sus ingresos para hacer frente a los pagos de Hacienda.



Leonor Watling y Javier Gutiérrez, en 'La Revuelta' RTVE

Sobre el dinero que tiene actualmente en la cuenta, la actriz desveló que guarda 30.000 euros para futuros pagos de impuestos y que ahora tendría otros 30.000 euros 'disponibles' para poder gastar en su día a día.

Le 'roban' la invitada a Broncano y esta vez no ha sido 'El Hormiguero': "Pensaréis que es cachondeo, pero es real"

El presentador ha tenido que arrancar la entrevista con Javier Gutiérrez uno de sus dos invitados y ha quedado a la espera de Leonor Watling



JORGE MORAGÓN 12/02/2025

David Broncano ha vuelto a perder a su invitada, aunque esta vez ha sido durante varios minutos. En el último programa de 'La Revuelta' tendrían que haber acudido Javier Gutiérrez y Leonor Watling para presentar la serie 'La vida breve', pero algo no ha salido como iba previsto y solo ha aparecido el actor gallego en el escenario del Teatro Príncipe Gran Vía donde tiene lugar la grabación del programa.

"Teóricamente, son una pareja de actor y actriz. Él está aquí, pero ella está en otra entrevista, en la radio. Ya no es que no vienen aquí porque están 'El Hormiguero', sino que en la radio también nos los quitan", bromeaba David Broncano sobre la situación que se estaba dando, otra vez, en su programa. Una explicación que se iba a continuar por parte de Javier Gutiérrez: "Está muy solicitada, porque además viene de presentar los premios Goya".

Aunque el jienense no se quedaba ahí e intentaba averiguar el paradero de su segunda invitada: "Pero, ¿dónde está? ¿En La Ser?". Una pregunta que no dejaba escapatoria al actor que tenía que admitir: "Creo que está en 'La Ventana'". Un momento que el propio presentador, con un pasado de sobra conocido en la Cadena SER tras haber realizado allí programas como 'La Vida Moderna', bromeaba con lo sucedido: "Pensaréis que es cachondeo, pero es real".

A la espera de Leonor... 'Waiting'

Una vez explicado el motivo de la ausencia de la actriz, los dos presentes han tratado de buscar una solución. Además de empezar la entrevista sin ella y con Javier Gutiérrez llamando a Leonor 'Waiting', como la bautizó el colaborador de 'La Revuelta' Miguel Campos. Una vez comprobaron que no cogía el teléfono, pasaron al 'Plan B' de Broncano: escribirle a Carles Francino para que liberara a la actriz, no sin antes equivocarse y hacer lo propio con el hijo del presentador, el actor Carles Francino Jr.

Y tras este error de cálculo, llegaba el momento del mensaje: "Carles, soy David. Sé que Leonor está contigo. Tiene que venir aquí también, por saber cuánto tiempo tenemos que alargar con Javier y si viene más o menos rápido. Sin prisa, que tenéis vosotros prioridad porque estaba antes. Una abrazo", le decía sin presionar, pero dejando ver que también debía llegar a su programa.

Y la espera valió la pena

Sin encontrar respuesta alguna por el presentador del programa de radio, llegaba una llamada de Leonor Watling a Javier Gutiérrez que aprovechaba el actor para ir por la tangente: "Hola, te estamos esperando". A lo que encontraba una respuesta confusa: "¿Cómo que me estáis esperando? No me fastidies. Llego en 10 minutos. Estoy cruzando Gran Vía, te lo prometo", le dijo. Y dicho y hecho.

La actriz llegaba a tiempo de acompañar a Javier Gutiérrez y confirmar la versión de lo sucedido: "Estaba en La Ventana de La Ser, he cruzado corriendo Gran Vía. He tardado más porque no habíamos traído el regalo y he ido a comprarlo. He llegado tarde por eso". Una presencia que dejó otro gran momento, que fue cuando descubrió Broncano que la entrevista no la había podido hacer Carles Francino: "Estaba afónico en casa", le dijo Leonor.

TELEVISIÓN

Leonor Watling revela en 'La Revuelta' sus problemas para pagar impuestos: "Acabaré pidiendo préstamos"

Se puede disfrutar del programa de lunes a jueves a las 21:40 horas en TVE



Leonor Watling

Adrià Regàs 12 FEB 2025 0:00

'La Revuelta' ha llegado para revolucionar la televisión. TVE compite directamente contra 'El Hormiguero' de Antena 3, líder indiscutible de la franja horaria, para apoderarse con el 'acces prime time'.

El formato de David Broncano se emite de lunes a jueves a las 21:40 horas, con una duración de 70 minutos. En este colaboran caras conocidas como la de Jorge Ponce, Ricardo Castella o Grison, y cuentan cada noche con algunos invitados que son entrevistados.

El programa ha acogido hoy ha acogido al actor Javier Gutiérrez, y la actriz Leonor Watling, que han ido a presentar la serie 'La vida breve'. Watling ha llegado tarde a 'La Revuelta' porque estaba concediendo otra entrevista en 'La Ventana' de la Cadena SER.

A la hora de responder las 'Preguntas clásicas' de David Broncano, la actriz, que también presentó los Premios Goya el pasado sábado, ha revelado su truco para tener dinero y poder abonar todos los impuestos pertinentes. "Está todo guardado y escondido para que no lo vea y no me lo gaste porque, sino, acabaré pidiendo préstamos para pagar impuestos. Y no sería la primera vez que me pasa".

"A los actores nos pagan mucho de golpe y te vienes arriba", ha dicho. Watling ha explicado que alguna vez se ha comprado bolsos caros, y se da algún que otro capricho. No obstante, la actriz ha señalado que tiene unos 60.000 euros en la cuenta del banco.

ACTUALIDAD**El contratiempo de última hora que sacude 'La Revuelta' al no acudir su invitada por este motivo de fuerza**

por José Sánchez Actualizado 11 Feb 25

Javier Gutiérrez anunció nada más llegar a 'La Revuelta' que Leonor Watling se retrasaría porque estaba haciendo otra entrevista



'La Revuelta' volvió a vivir un contratiempo este martes al no poder recibir a tiempo al dúo de invitados que tenía previsto. Si bien Javier Gutiérrez llegó puntual a su cita con David Broncano para promocionar 'La vida breve', pero su compañera de serie no pudo llegar a tiempo. Y el actor no dudó en excusar a Leonor Watling anunciando que llegaría en cualquier momento de la entrevista.

El humorista anunció a bombo y platillo la entrada de los dos actores en el escenario, pero al ver que solo Javier Gutiérrez entraba a escena, comenzó a pedir explicaciones sobre la inesperada baja. "Está muy solicitada, viene de presentar los Goya", advirtió el actor antes de explicar que su compañera se encontraba en ese mismo momento en otra entrevista promocional.

Leonor Watling deja tirado a Javier Gutiérrez en 'La Revuelta' y llega tarde por estar en otra entrevista

"Creo que está en 'La Ventana' en la SER", explicó Gutiérrez antes de que el conductor de 'La Revuelta' se dirigiese a su audiencia para advertir de que no se trataba de una broma. "Pensaréis que es cachondeo pero es real, ¿Por qué se han solapado las agendas? ¿Qué sabemos?", señaló entonces el humorista, pidiendo explicaciones por el retraso imprevisto.



Y el protagonista de 'La vida breve' no dudó en excusar a su compañera asegurando que no tardaría en llegar al Teatro Príncipe. "Está muy solicitada y sois vecinos en la Gran Vía así que es cruzar la acera", aseguró el actor, haciendo referencia a la ubicación de las instalaciones de la Cadena SER, que se encuentra a pocos metros del lugar de grabación de 'La Revuelta'.

"En el caso de hoy es Leonor Watling", subrayó el presentador de 'La Revuelta' entre risas antes de decidir con el único invitado presente qué hacer con el tiempo muerto que tenían por delante. "Te hablo francamente, ¿Cómo encararías tú esto? Vamos tirando tú y yo...", sugirió David Broncano antes de que ambos comenzasen a escribir tanto a la actriz como al equipo de la SER para averiguar cuánto iba a prolongarse la demora.



Y hacia el final de la noche, Leonor Watling irrumpió en 'La Revuelta' con una bolsa roja y muy apresurada. "He tardado porque no teníamos regalo... aquí hay que venir con regalo", señaló apurada la actriz, que se sentó junto a Javier Gutiérrez para responder únicamente a las preguntas clásicas del programa, pues apenas quedaban diez minutos de entrevista por delante.



El truco de Leonor Watling para los impuestos: lo cuenta en La Revuelta

La actriz visita La Revuelta junto a Javier Gutiérrez, su compañero de reparto en La vida breve



11/02/2025 21:44

Leonor Watling ha llegado tarde a La Revuelta porque estaba atendiendo a otros medios de comunicación, pero en cuestión de minutos ha dejado varias aportaciones de peso en su entrevista con David Broncano. En su respuesta a Las Preguntas Clásicas, ha reconocido una tendencia a darse algún que otro capricho que le ha traído problemas con los impuestos en algunas ocasiones.

La actriz y cantante ha visitado el programa de Broncano junto a Javier Gutiérrez para presentar la serie La vida breve, una comedia histórica en la que interpretan a Isabel de Farnesio y Fernando V respectivamente.

El problema de Leonor Watling con los impuestos

Apenas ha estado unos minutos sobre el escenario de La Revuelta, pero eso no es excusa para escapar de Las preguntas clásicas de Broncano. Aunque no ha respondido a la cuestión sobre las relaciones sexuales, la

del dinero ha llevado a Leonor Watling a hacer un par de confesiones de lo más curiosas. Dada su facilidad para gastar y concederse algún capricho extravagante, como un bolso tan caro que ella misma se arrepintió de haber comprado, la actriz y cantante ha reconocido que en alguna ocasión ha tenido que pedir un préstamo para pagar los impuestos por haberse fundido los ahorros cuando llegaba el momento de tributar. ¿La solución? Escondarse a sí misma el dinero: "entre un bolso y la universidad de mis hijos... espero que reciban una beca", ha bromeado. Aun así, ha asegurado que tiene alrededor de 60.000 euros en la cuenta, la mitad de ello para pagar impuestos.



Actriz, cantante, presentadora... Leonor Watling, mujer todoterreno

Leonor Elizabeth Ceballos Watling, conocida popular y artísticamente como Leonor Watling, nació en 1975 en Madrid, hija de madre británica y padre español. Su vocación desde la infancia fue ser bailarina y a los ocho años comenzó sus estudios de ballet, pero su sueño se vio truncado por una lesión de rodilla. A partir de ahí dio sus primeros pasos en la profesión actoral con el teatro amateur, y en 1993 debutó en el cine con la película *Jardines colgantes*, dirigida por Pablo Llorca.

El hecho de tener el inglés como lengua materna le permitió trasladarse a Londres para seguir formándose como actriz en el Actor's Center. Y, aunque ya había participado esporádicamente en varias series, su carrera adquirió una nueva dimensión en 1998, cuando fue nominada al Goya a mejor interpretación femenina protagonista por *La hora de los valientes*,

dirigida por Antonio Mercero. En el año 2000 protagonizó la serie de RTVE Raquel busca su sitio y, a partir de entonces, llegaron algunas de sus películas más conocidas. Son de mar, de Bigas Luna, A mi madre le gustan las mujeres, de Daniela Fejerman e Inés París, por la que volvería a estar nominada al Goya y recibiría varios premios, y, sobre todo, Hable con ella, con la que se convirtió en chica Almodóvar, son algunos de los títulos más destacados de su filmografía.

En los años posteriores continuó trabajando con cineastas de gran prestigio como Isabel Coixet, en Mi vida sin mí, con la que ganó los premios de la Unión de Actores y del Círculo de Escritores Cinematográficos, Álex de la Iglesia, en Los crímenes de Oxford, Cesc Gay, en la película En la ciudad, o Vicente Aranda en Tirante el blanco. También ha trabajado en proyectos internacionales como la comedia francesa Mauvais esprit, Belle du Seigneur, Lezione 21, Lope o If I were you. Más recientemente recibió un Premio Iris como mejor actriz de televisión por su papel en la serie Pulsaciones.

Paralelamente a su carrera cinematográfica, Leonor Watling ha triunfado como cantante y letrista del grupo Marlango, junto al músico Alejandro Pelayo. Desde 2004, cuando debutaron con su álbum homónimo, publicaron siete discos hasta que en 2023 anunciaron que se retiraban de los escenarios durante un tiempo para "buscar la orilla y, cuando lleguemos, lo haremos saber". Mientras tanto, Leonor Watling no ha dejado de trabajar, presentando recientemente la gala de los premios Goya 2025 en Granada junto a Maribel Verdú, y visita La Revuelta para presentar La vida breve, la nueva serie que protagoniza junto a Javier Gutiérrez.



Javier Gutiérrez revela en La Revuelta por qué su debut en el cine fue tan agri dulce

Disfruta de todos los contenidos de Javier Gutiérrez en RTVE Play



11/02/2025 21:44

Javier Gutiérrez no necesita ninguna presentación. El actor es uno de los rostros más conocidos de nuestro cine, ha participado en series de gran éxito y ha sido ganador de los premios más importantes. Pero sus inicios en el cine no fueron tan prometedores, tal y como ha revelado en su entrevista con David Broncano en La Revuelta.

Leonor Watling, que ha llegado al teatro cuando el programa ya estaba terminando, protagoniza junto al actor gallego la serie La vida breve, una comedia histórica en la que dan vida respectivamente a Isabel de Farnesio y Fernando V.

El estreno fallido de Javier Gutiérrez

Dos Goyas a mejor actor protagonista, la Concha de Plata de San Sebastián, premios Feroz, Forqué, y así un largo etcétera. Javier Gutiérrez es uno de los actores más reconocidos, premiados y populares del cine y la televisión de nuestro país, pero los inicios de la carrera interpretativa

casi nunca son así de exitosos. Tras comentar con David Broncano las figuraciones de Lalachus y Miguel Campos, sin barba, en su nueva serie, el intérprete gallego ha recordado cómo fue su debut en el cine.

Ya había compartido proyectos con Alberto San Juan, Nathalie Poza, Willy Toledo o Ernesto Alterio en la compañía teatral Animalario, y de nuevo volvió a coincidir con ellos, y con Natalia Verbeke y Paz Vega, en el reparto de *El otro lado de la cama*. Sin embargo, mientras todos ellos eran ya nombres importantes de nuestro cine, Javier Gutiérrez hizo esta cinta su primera aparición en la gran pantalla. Y, aunque había grabado solo tres secuencias como figurante, el día del estreno se encontró con la amarga sorpresa de que su aportación había quedado reducida a poco más de un plano. La dura vida del actor principiante.



Javier Gutiérrez, de Sátor a dos premios Goya a mejor actor

Aunque se trasladó a Ferrol con apenas un año de vida, Javier Gutiérrez nació en 1971 en la población asturiana de Luanco. Tras el fallecimiento de su padre cuando él era muy pequeño, se refugió en la interpretación dando sus primeros pasos en grupos de teatro de Ferrol, y a los 19 años se trasladó a Madrid para formarse en la Escuela de Arte Teatral de Ángel Gutiérrez. Tuvo que pasar una década hasta que, en el año 2000, trabajó en el montaje de *El fin de los sueños*, con Andrés Lima, entrando por primera vez en el grupo Animalario, junto a intérpretes de la talla de Alberto San Juan, Willy Toledo, Nathalie Poza o Roberto Álamo. En 2009 ganaría el premio Max, el principal galardón del teatro, por su papel protagonista en *Argelino*, servidor de dos amos.

En el año 2002 debutó en el cine y lo hizo a lo grande, en *El otro lado de la cama*, participando también en otras comedias de principios de siglo XXI tan reconocidas como *Días de fútbol*, *Crimen ferpecto*, *El asombroso mundo de Borjamari y Pocholo*, *El penalti más largo del mundo* o *Torrente 3*. Pero su salto a la fama llegaría entre 2005 y 2008 con el papel de José Luis en la serie *Los Serrano*, consolidándose como secundario de lujo en *Águila Roja*, de RTVE, donde dio vida al entrañable y querido Sátor. Posteriormente protagonizó también en RTVE la serie *Estoy vivo*, y *Vergüenza* y *El caso Asunta* en Movistar y Netflix respectivamente.

Aunque ya era un reputado actor de comedia, en 2014 su trayectoria actoral dio un giro con el papel de Juan Robles en *La isla mínima*, con el que ganó el Goya a mejor interpretación masculina, la Concha de Plata de San Sebastián, el Feroz, el Forqué, el Sant Jordi y la medalla del Círculo de Escritores Cinematográficos, entre otros galardones. Un éxito rotundo que puso el listón altísimo, pero que prácticamente replicó con su interpretación de Álvaro Martín en *El autor*, con la que recibió también el Goya, el Feroz y la Medalla del Círculo de Escritores, entre otros. Alternando desde entonces la comedia y el drama, ha cosechado multitud de nominaciones por su participación en películas tan importantes como *El olivo*, *Campeones*, *La hija* o *Modelo 77*.



Javier Gutiérrez, Goya al Mejor Actor Protagonista por 'El Autor'

En 2024, Javier Gutiérrez protagonizó la película *Pájaros* junto a Luis Zahera, y visita *La Revuelta* para presentar junto a Leonor Watling su nuevo proyecto, la serie *La vida breve*, una comedia histórica en la que da vida al rey Felipe V. No te pierdas su entrevista con David Broncano.



El equipo de guion de 'Amar' de la gala lo de los Premios Alma de la edición de 2024 · Fotografía: ALMA

PREMIOS ALMA 2025

El sindicato ALMA anuncia los nominados a sus premios de guion de 2025, con doblete para Eduard Sola y Alberto Caballero

Sola está nominado en solitario por 'Casa en llamas' y junto a Júlia de Paz, Alauda Ruiz de Azúa por 'Querer', y Caballero por las series 'Muertos S. L.' y 'Machos alfa'

MARIAJO ARIAS 11.02.2025

Las urnas de la Academia de Hollywood no son las únicas que **se han abierto este martes**, 11 de febrero. Aquí, en España, el Sindicato ALMA ha anunciado a sus nominados y nominadas para una nueva edición de sus premios, la octava, que incluye una **nueva categoría: Mejor Guion de serie documental**. Entre los títulos presentes en la lista de nominados de los Premios ALMA 2025, no faltan, como cabría esperar, los guiones de la película 'Casa en llamas' y de la serie 'Querer'. Les acompañan, en sus respectivas categorías, 'Buscando a Coque' y 'Volvéis' en Mejor Guion de largometraje de comedia; y 'Los años nuevos' y 'Nos vemos en otra vida' en serie de drama.

En el año en el que un guionista se ha llevado todo lo que se podía llevar –Eduard Sola ha recogido el Gaudí, el Feroz y el Goya, por ese orden, gracias al guion de ‘Casa en flames’–, la división entre comedia y **drama** en los premios del sindicato darán una oportunidad para que los nominados en la segunda, ‘**El 47**’, ‘**La estrella azul**’ y ‘**La infiltrada**’, arrasados en el resto de premios de la temporada por el ‘huracán Sola’ –en 2024 ha firmado también los guiones de ‘Querer’, ‘La virgen roja’, ‘Mamen Mayo’ y alguno más fuera de la carrera de premios– tengan su parcela de reconocimiento.

Si en la categoría de drama de películas hay más dudas y está más abierta que en comedia –a tenor de lo visto en votaciones previas–, en **series** ocurre al contrario. ‘Querer’ ha sido la serie del año, tanto los Feroz como los Forqué. Y, aunque el cuerpo de votantes de ambos premios nada tiene que ver con el del **sindicato de guionistas**, todo apunta a una nueva estatuilla para el equipo que conforman Júlia de Paz, Alauda Ruiz de Azúa y Eduard Sola. En **comedia**, los textos nominados son los de ‘**Muertos S. L.**’, ‘**Celeste**’ y ‘**Machos Alfa**’.

La novedad de esta octava edición, como se indicaba antes, es la apertura de una nueva categoría, la de guion de serie documental, “debido al impulso de este formato en los últimos años en España”. Y las primeras nominadas han sido ‘**Cómo cazar a un monstruo**’, ‘**Medina: El estafador de famosos**’ y ‘**Pícaro: El pequeño Nicolás**’. En película **documental** compiten la reciente ganadora del Goya, ‘La guitarra flamenca de Yeraí Cortés’ junto a ‘Marisol, llámame Pepa’ y ‘No estás sola: la lucha contra La Manada’. En **diarias**, ‘La Promesa’ –**ganadora del Emmy Internacional** hace solo unos meses–, ‘Salón de té La Moderna’ –nominada al Emmy Internacional y novel en las nominaciones en los ALMA – y ‘Cuatro estrellas’ –que repite, como ‘La Promesa’, nominación–.

La **votación**, a la que están llamados los más de 1.000 guionistas afiliados, se **cerrará el próximo 25 de febrero** y los ganadores se darán a conocer en la **Gala del Guión que tendrá lugar el 9 de abril** en los cines Capitol (Madrid). En esta edición han concurrido 437 títulos para las nueve candidaturas que se entregan. Los premios organizados por el Sindicato de Guionistas de España ALMA, que cuentan con la colaboración de DAMA (la entidad de gestión de Derechos de Autor de Medios Audiovisuales), cuya sede en Madrid acogerá **dos jornadas de encuentros con los nominados** que tendrán lugar los **días 24 y 25 de febrero**.

Nominaciones a los Premios ALMA

Premio al Mejor Guion de largometraje de comedia

- Teresa Bellón y César F. Calvillo por ‘Buscando a Coque’
- Eduard Sola por ‘Casa en flames’
- Itsaso Arana, Vito Sanz y Jonás Trueba por ‘Volveréis’

Premio al Mejor Guion de largometraje dramático

- Marcel Barrena y Alberto Marini por 'El 47'
- Javier Macipe por 'La estrella azul'
- Arantxa Echevarría y Amèlia Mora por 'La infiltrada'

Premio al Mejor Guion de largometraje documental

- Antón Álvarez por 'La guitarra flamenca de Yera Cortés'
- Blanca Torres por 'Marisol, llámame Pepa'
- Robert Bahar y Almudena Carracedo por 'No estás sola: la lucha contra La Manada'

Premio al Mejor Guion de serie de comedia

- Diego San José, Daniel Castro y Oriol Puig por 'Celeste'
- Araceli Álvarez de Sotomayor, Alberto Caballero, Laura Caballero, Daniel Deorador y Carla Nigra por 'Machos Alfa'
- Nando Abad, Araceli Álvarez de Sotomayor, Alberto Caballero, Daniel Deorador y Julián Sastre por 'Muertos S. L.'

Premio al Mejor Guion de serie dramática

- Sara Cano, Paula Fabra, Rodrigo Sorogoyen, Marina Rodríguez Colás y Antonio Rojano por 'Los años nuevos'
- Alberto Sánchez-Cabezudo, Jorge Sánchez-Cabezudo, Guillermo Chapa, Roberto Martín Maiztegui, Daniel Remón y Pablo Remón por 'Nos vemos en otra vida'
- Júlia de Paz, Alauda Ruiz de Azúa y Eduard Sola por 'Querer'

Premio al Mejor Guion de serie documental

- Carles Tamayo y Ramón Campos por 'Cómo cazar a un monstruo'
- Borja Glez. Santaolalla, Rubén Ajaú y Laura Márquez por 'Medina: el estafador de famosos'
- Adolfo Moreno, Tomás Ocaña Urwitz, Elisa Botticella, Antonio Díaz Pérez y Sara Molina León por 'Pícaro: el pequeño Nicolás'

Premio al Mejor Guion de serie diaria

- Ángel Turlán, Pablo Fajardo, Tirso Conde, Aitor Santos, Mario Albelo, Beatriz Arias, Eva Baeza, Ana Boyero, Nuria Cabello, Paco de Campos, Beatriz Esos, Sergio Guardado, Denis L. Horro, Raquel Martín, David Muñoz, Ángela Obón, Maite Pérez Astorga, Juan Salvador López, Diego Soto y Álvaro Velasco por 'Cuatro Estrellas'

- Ruth García, Carmen Llano, Susana Prieto, Álvaro Bermúdez de Castro, Miguel Bueno, Christian Escamilla, Rafa Gallego, Moisés Gómez, Alberto Grondona, Félix J. Velando, Juanma Ruiz de Córdoba y Benjamín Zafra por 'La promesa'
- Carlos Martín, Joaquín Santamaría, Miquel Peidro, Ángela Armero, Sergio Barrejón, Juan Manuel Beiro, Remedios Crespo, José Ángel Domínguez Martel, Covadonga Espeso, Ignasi García Barba, José Antonio López Fuentes, Neus Peidro, Ernesto Pozuelo e Ignasi Rubio por 'Salón de té La Moderna'

Premio al Mejor Guion de programa

- Alejandro Alcaraz, Mario de la Mano, Nacho G. Hermosura, Pablo González Batista, Manuel Martínez March, Toño Pérez, Jero Rodríguez, Luis Troquel y Antonio Vicente por 'Cachitos de hierro y cromo'
- Diego Fabiano, Manuel Álvarez, Elena Beltrán, Danny Boy-Rivera, Miguel Campos, Yunez Chaib, Xavi Daura, Javier Díaz-Pinés, Sandra Flores, Helena Pozuelo, Iggy Rubín y Javi Valera por 'La Revuelta'
- Marta Delcor, Marc Giró, Anna-Priscila Magriñà, Sergi Pons, Beatriz Requena, Pau Roigé y Miquel Sabe por 'Late Xou'

Premio al Mejor Guion de concurso

- Pablo Corbacho, Laura Figueredo, Mikel Gómez, Aitor Ormaetxea y Emese Sobrino por 'Cifras y letras'
- Raquel Buigues, Joserra Fudio, Gustavo García, Lluís Mosquera y Jose Ovejas por 'Drag Race España'
- Sara López, Ivar Muñoz-Rojas, Diana Aller, Miguel Ángel Gómez, Cristina Palacios, Daniel Ródenas y Santiago Sánchez por 'El cazador'
- Lourdes Alegre, Aram Bonmatí, Arnau Creus, Carmen Fernández, Jesús Martínez, Pepa Maymó, Ramón Micó, Marc Montañés, Marina Ortuño, Albert París, Marisa Pérez, Mireia Pou, Júlia Puig y Mireia Uribesalgo por 'Saber y ganar'

Feb 11, 2025 9:27am PT

Javier Bardem Drama 'The Beloved' From Director Rodrigo Sorogoyen Heading to EFM With Goodfellas (EXCLUSIVE)

By Alex Ritman, Elsa Keslassy



SAN SEBASTIAN, SPAIN - SEPTEMBER 20: Javier Bardem attends the opening ceremony during the 72nd San Sebastian International Film Festival at Kursaal, San Sebastian on September 20, 2024 in San Sebastian, Spain. (Photo by Carlos Alvarez/Getty Images)

Javier Bardem's upcoming Spanish-language drama "El Ser Querido" from multiple Goya Award-winning writer-director Rodrigo Sorogoyen ("The Realm," "The Beasts") is heading to the EFM with the English title "The Beloved," with Goodfellas launching the project to buyers.

The film — also starring Victoria Luengo ("The Room Next Door") — is a drama about an acclaimed film director and his daughter, a struggling actress. After years of estrangement, they make a movie together, and are forced to confront a troubled past neither of them has wanted to face. Sorogoyen wrote the screenplay.

The film is being produced by Sorogoyen's Madrid production label Caballo Films, with Movistar Plus+ and Le Pacte co-producing. The latter will release the movie in France.

Bardem earned a Golden Globe nomination this year for his turn in Netflix's limited series "Monsters: The Lyle and Erik Menendez." He was last seen in "Dune: Part Two" and Disney's "The Little Mermaid" live-action remake, while he also lent his voice to "Spellbound." His last Spanish-language film was the 2021 black comedy "The Good Boss" which represented Spain in the Oscar race in 2022.

Sorogoyen most recently directed "The New Years," a series which world premiered at the Venice Film Festival last year. His previous film "The Beasts" won Best Foreign Film at the César Awards in France and was a box office success in several countries.



Imagen de Javier Bardem / EFE

Fuerteventura

Visto bueno ambiental para un rodaje protagonizado por Vicky Luengo y Javier Bardem en Fuerteventura

La película, que llevará por título 'El ser querido, está dirigida por Rodrigo Sorogoyen, quien lideró otros proyectos cinematográficos como 'As Bestas'

Marcos Moreno 12 de febrero de 2025 (05:00 CET)

El rodaje de la película El ser querido, un filme dirigido por Rodrigo Sorogoyen y protagonizado tanto por Javier Bardem como por Victoria Luengo, ha recibido el visto bueno ambiental del Cabildo de Fuerteventura. Los trabajos que llevará a cabo la productora Caballo Films no tendrán “efectos significativos” sobre el territorio según un informe del pasado 21 de enero.

La empresa promotora del proyecto, ubicada en Madrid, ha grabado largometrajes como As Bestas. La película resultó todo un éxito tras su estreno en el Festival de Cannes y recibió nueve premios Goya o tres galardones en Tokyo. El objetivo de sus fundadores siempre ha sido el mismo: “Contras historias relevantes que nos hagan reflexionar sobre temas que nos definen como sociedad”.

El Set 8

Las localizaciones seleccionadas en la isla mayorera para hacer realidad *El ser querido* se encuentran en el espacio natural protegido Parque Natural de Jandía, así como otros de la Red Natura 2000. El 15 de noviembre de 2024, el Ayuntamiento de La Oliva trasladó una solicitud de evaluación de impacto ambiental.

El documento, elaborado por la Corporación Insular, está centrado en el Set 8 del rodaje, que tendrá lugar en la Cantera Arenera de Góngora y Gutiérrez (Lajares, La Oliva). Se trata de suelo rústico de protección ecológica —aunque no existen afecciones a espacios naturales que estén bajo el amparo público—.



Imagen de Javier Bardem / EP

Informes

Un día clave para entender todo el proceso administrativo fue el 22 de noviembre del año pasado. El Servicio de Patrimonio Cultural del Cabildo Insular de Fuerteventura concluyó que el Set 8 no perjudica a ningún BIC. Además, el Consejo Insular de Aguas informó favorablemente.

Pero la cosa no queda ahí porque la Dirección General de Salud Pública del Gobierno regional pidió que se lleven a cabo medidas preventivas. En conclusión, ninguno de los informes señala afecciones a variables ambientales. Ahora bien, la Consejería de Transición Ecológica y Energía recomienda, por ejemplo, valorar el cálculo de la huella de carbono.



Imagen de la actriz Victoria Luengo / EFE

Vuelo del dron

El informe emitido por el servicio de Medioambiente del Cabildo se centra, sobre todo, en el uso del dron. Indica que los vuelos deberán estar supervisados en todo momento por un experto ornitólogo con el objetivo de evitar cualquier interacción, incidencia o afectación a las especies de avifauna. “Se favorecerá la utilización de modelos de bajo ruido y tamaño pequeño”, apunta.

Sorogoyen, el director de la película, explica que ha elegido Fuerteventura para grabar “por combinar el paraje natural que conforman la isla (con desierto, playa...) y la inmensidad del mar que la rodea, y los grandes hoteles turísticos que, como suele suceder, se convierten en centros neurálgicos de los rodajes alejados de las grandes ciudades”.

Fechas

El filme cuenta la historia de un aclamado director que se reencuentra con su hija, una actriz a la que no le ha ido muy bien, para rodar juntos una película. Ambos se enfrentan a su tensa relación y a asuntos del pasado sin resolver. La preparación para producirla tuvo lugar entre el 2 de enero y el 9 de febrero de 2025.

En cuanto a los ensayos, se desarrollarán entre los días 10 y 16 de febrero. Una vez terminados, darán paso al rodaje que empezará el 17 de febrero y terminará el 4 de abril. En total habrá 20 jornadas de filmación. Para dejarlo todo como estaba cuando llegaron, la recogida durará dos semanas aproximadamente.



Lola García, presidenta del Cabildo de Fuerteventura / EFE

La actividad

“La totalidad de la actividad que se desarrolla en este proyecto tiene una duración total de 70 días laborales en jornadas de grabaciones a las que se sumarían 33 días para el montaje de las distintas instalaciones y 12 días para el desmontaje”, recalca el informe.

Aparte del Set 8 —con una valoración global “compatible”—, que simulará un desierto, también jugará un papel importante el fuerte militar y campamento saharauí, donde se desarrolla el grueso del rodaje, y el campamento base de ficción.

Otras ubicaciones

Otros puntos importantes son Rabo del Ratón, Faro de Punta Percebe y la Playa Ojos de Garza —estos tres últimos son rodajes de un solo día y con el mínimo de personas y medios técnicos—. El resto de sets estarán en Llano del Cotillo, Angostura, Morro Jable y playa El Matorral.

También se pone de manifiesto que al tratarse de una actividad cinematográfica que no comporta la ejecución de ninguna obra, no se consideran los residuos de construcción y demolición (RCD), ni residuos potencialmente peligrosos.

"Naturaleza en estado puro"

En definitiva, una de las principales conclusiones del documento, difundido este martes en el Boletín Oficial de La Provincia de Las Palmas (BOP), es que el proyecto no deberá someterse al procedimiento de evaluación de impacto ambiental ordinaria.

Por lo tanto, no habrá problemas en que Sorogoyen desarrolle su proyecto en un espacio para el que solo tiene halagos: “Naturaleza en estado puro y grandes escenarios poco alterados por la mano del hombre se entremezclan con algo tan pragmático, funcional y, en apariencia, desubicado como un gran hotel turístico”.

Bienvenido, Javier Bardem, al rodaje de exteriores en la Punta de Jandía

Rodajes en Canarias · Rodrigo Sorogoyen grabará también durante dos semanas en interiores de hoteles, restaurantes y bares, la historia de un padre (Bardem), director de cine, y su hija actriz (Victoria Luengo) reunidos en Fuerteventura para trabajar en el rodaje de una película basada en una historia de los años 30. Por la cercanía con la Punta de Jandía, es posible que el hotel elegido se localice en Morro Jable



Catalina García Puerto del Rosario Martes, 11 de febrero 2025

En el set de rodaje de la Punta de Jandía, en el municipio de Pájara, han comenzado los preparativos para la grabación de 'El ser querido', la última película del director Rodrigo Sorogoyen con Javier Bardem como protagonista. Todas las miradas están puestas en si el actor llegó o no a Fuerteventura, después de que se le viera el sábado por última vez en la gala de los Goya en Granada, cuando, con el director y actrices de 'Mar adentro', entregó el premio a la mejor película.

Lo único seguro es que Bardem aún no ha pisado el campamento de la Punta de Jandía, donde se grabaran los exteriores del 17 de febrero al 4 de abril. Los lugares de rodaje elegidos son el Llano de Cotillo o Angostura, la antigua pista de aterrizaje de Winter, Rabo de Ratón, el faro de la Punta de Percebe, la Playa de los Ojos y el Puertito de la Cruz. Todas estas localizaciones se ubican en la Punta de Jandía, dentro del parque natural.

Además de los exteriores, Sorogoyen grabará durante dos semanas en interiores de hoteles, restaurantes y bares, esta historia de un padre (Bardem), director de cine, y su hija actriz (Victoria Luengo) reunidos en Fuerteventura para trabajar en el rodaje de una película basada en una historia de los años 30. Por la cercanía con la Punta de Jandía, es posible que el hotel elegido se localice en Morro Jable y que ya haya empezado a grabar con el actor ganador de un Oscar por 'No es país para viejos'.



Todo preparado para la llegada de Bardem al rodaje en Jandía

C. GARCÍA

PUERTO DEL ROSARIO. En el set de rodaje de la Punta de Jandía, en el municipio de Pájara, han comenzado los preparativos para la grabación de 'El ser querido', la última película del director Rodrigo Sorogoyen con Javier Bardem como protagonista. Todas las miradas están puestas en si el actor llegó o no a Fuerteventura, después de que se le viera el sábado por última vez en la gala de los Goya en Granada.

Lo único seguro es que Bardem aún no ha pisado el campamento de la Punta de Jandía, donde se grabaran los exteriores del 17 de febrero al 4 de abril. Los lugares de rodaje elegidos son el Llano de Cutillo o Angostura, la antigua pista de aterrizaje de Winter, Rabo de Ratón, el faro de la Punta de Percebe, la Playa de los Ojos y el Puertito de la Cruz. Todas estas localizaciones se ubican en la Punta de Jandía.

Además de los exteriores, Sorogoyen grabará durante dos semanas en interiores de hoteles, restaurantes y bares, esta historia de un padre (Bardem), director de cine, y su hija actriz (Victoria Luengo) reunidos en Fuerteventura para trabajar en el rodaje de una película basada en una historia de los años 30. Por la cercanía con la Punta de Jandía, es posible que el hotel elegido se localice en Morro Jable.

Nota de prensa



Telefónica España y Vodafone España presentan Fiberpass, la marca para su sociedad conjunta de fibra



- Pablo Ledesma será el CEO de la sociedad que ambas compañías acordaron crear en noviembre y que está previsto que comience a operar en las próximas semanas.

Madrid, 11 de febrero de 2025. Telefónica España y Vodafone España presentan Fiberpass, la marca comercial de la nueva sociedad conjunta de prestación de servicios de fibra óptica (FiberCo) que ambas compañías acordaron crear el pasado mes de noviembre y en cuya ejecución siguen avanzando, con la previsión de comenzar a operar en las próximas semanas.

La marca elegida se centra en el valor de las infraestructuras de red de fibra como clave para un futuro mejor conectado. El lema o 'claim' de la FiberCo será 'Compartiendo juntos el futuro'.

Además, ambas operadoras anuncian que han designado a Pablo Ledesma como CEO de Fiberpass. Pablo Ledesma ha sido director de operaciones de Telefónica España durante siete años y cuenta con más de 25 años de experiencia en puestos relevantes en Telefónica.

Fiberpass cubrirá aproximadamente 3,6 millones de unidades inmobiliarias y permitirá a ambas partes maximizar el uso de la red FTTH actual, así como capturar eficiencias, tanto de la red existente como de sus futuras evoluciones tecnológicas, permitiendo ofrecer los mejores servicios a sus clientes.

La operación está pendiente de las autorizaciones regulatorias pertinentes. El Consejo de Ministros aprobó el pasado martes el acuerdo por el que se autoriza la inversión extranjera de Vodafone España en esta sociedad conjunta, mientras que el resto de autorizaciones está previsto que se produzca en las próximas semanas.

Telefónica, S.A.

Dirección de Comunicación Corporativa

email: prensatelefonica@telefonica.com

telefonica.com/es/sala-comunicacion/

Telefónica y Vodafone España presentan Fiberpass, la marca para su 'joint venture' de fibra



El Gobierno autorizó el pasado martes la inversión extranjera de Vodafone España en esta sociedad conjunta

MADRID, 11 (EUROPA PRESS) Telefónica España y Vodafone España han presentado Fiberpass, la marca comercial de su nueva sociedad conjunta de prestación de servicios de fibra óptica, la cual se prevé que comenzará a operar en "las próximas semanas", según han informado ambas compañías en un comunicado.

"La marca elegida se centra en el valor de las infraestructuras de red de fibra como clave para un futuro mejor conectado. El lema o 'claim' de la 'fiberCo' será 'Compartiendo juntos el futuro'", han añadido.

Asimismo, las dos compañías han oficializado el nombramiento de Pablo Ledesma como consejero delegado de Fiberpass. Ledesma ha sido el director de Operaciones de Telefónica España durante siete años y cuenta con alrededor de 25 años de experiencia en puestos relevantes en Telefónica.

Fiberpass cubrirá aproximadamente 3,6 millones de unidades inmobiliarias y permitirá a ambas partes maximizar el uso de la red de fibra óptica hasta el hogar (FTTH) actual, así como capturar eficiencias, tanto de la red existente como de sus futuras evoluciones tecnológicas, y ofrecer un mejor servicio, han recalcado.

"La operación está pendiente de las autorizaciones regulatorias pertinentes. El Consejo de Ministros aprobó el pasado martes el acuerdo por el que se autoriza la inversión extranjera de Vodafone España en esta sociedad conjunta, mientras que el resto de autorizaciones está previsto que se produzca en las próximas semanas", han agregado.

Las dos telecos cerraron a comienzos del pasado noviembre la creación de una empresa conjunta de fibra, una 'joint venture' de la que Telefónica controlará un 63% y Vodafone España el 37% restante.

No obstante, se buscará un tercer inversor para que se haga con alrededor de un 40% de la nueva compañía, con la idea de que Telefónica mantenga una posición de control y Vodafone España ostente el 10% restante.

Se prevé que la nueva compañía conjunta de fibra entre Telefónica y Vodafone España alcance un resultado bruto de explotación (ebitda) --la magnitud que mide la rentabilidad de una empresa-- de 125 millones de euros tres años después de su creación.

Se estima que la compañía tendrá inicialmente alrededor de 1,4 millones de clientes, lo que implica un nivel de penetración de aproximadamente el 40%, según explicó Telefónica en un comunicado remitido a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) a comienzos del pasado noviembre.



Telefónica y Vodafone lanzan Fiberpass, la marca para su sociedad de fibra

RAMÓN MUÑOZ
MADRID

Telefónica España y Vodafone España presentaron ayer Fiberpass, la marca comercial de la nueva sociedad conjunta de prestación de servicios de fibra óptica (denominadas genéricamente FiberCos) que ambas compañías acordaron crear en noviembre y en cuya ejecución siguen avanzando, con la previsión de comenzar a operar en las próximas semanas. La marca elegida se centra en el valor de las infraestructuras de red de fibra como clave para un futuro mejor conectado, y el lema de la FiberCo será "Compartiendo juntos el futuro", según anunciaron ambas compañías en un comunicado. Además, las operadoras comunicaron la designación de Pablo Ledesma como consejero delegado de Fiberpass. Ledesma ha sido director de operaciones de Telefónica España durante siete años y cuenta con más de 25 años de experiencia en puestos relevantes de la operadora.

Telefónica y Vodafone España anunciaron el 7 de noviembre la creación de la empresa conjunta para explotar determinados activos de fibra óptica de ambas compañías. Tras el cierre de la operación, Telefónica España tendrá en una configuración inicial un 63% de la compañía y Vodafone España el 37% restante de la sociedad conjunta. El proyecto pasa por buscar

un inversor externo que se haga con alrededor de un 40% de la nueva compañía, con la idea de que Telefónica mantenga una posición de control y Vodafone España ostente el 10% restante.

Mediante una subasta restringida, ambas partes han abierto la puja por incorporar un inversor financiero externo, con la presentación de ofertas no vinculantes el 27 de enero, un proceso que se espera esté concluido el primer semestre de 2025. Telefónica conservará la propiedad mayoritaria (al menos el 51%) mientras que Zegona, propietaria de Vodafone España, mantendrá el 10%, por lo que el inversor externo tendrá entre el 27% y el 39% del capital. Los primeros interesados son los fondos Vauban Infrastructure Partners, Axa Investment Managers y Antín, además de Pontegadea, el holding de Amancio Ortega, como adelantó **CincoDías**.

Telefónica estudiará ahora las ofertas no vinculantes y decidirá el candidato sin que haya un plazo definido. Los candidatos deberán afrontar un desembolso de entre 800 y 1.000 millones para hacerse con el 40% del capital, según fuentes conocedoras de la inversión. La compañía cubrirá unos 3,6 millones de unidades inmobiliarias (hogares, oficinas y empresas) con activos que actualmente forman parte de la fibra de Telefónica de España y que representan un 12% de su red nacional.



Empresas Tecnológicas

Telefónica y Vodafone nombran a Pablo Ledesma CEO de Fiberpass, su fiberco conjunta

IGNACIO DEL CASTILLO Madrid 11 FEB. 2025 - 10:15



Telefónica y Vodafone España han designado a Pablo Ledesma como CEO de Fiberpass, la empresa conjunta de fibra mayorista que han creado entre ambas, como adelantó EXPANSIÓN el pasado 27 de enero. Pablo Ledesma ha sido director de operaciones de Telefónica España durante siete años y cuenta con más de 25 años de experiencia en puestos relevantes en Telefónica.

Fiberpass cubrirá aproximadamente 3,6 millones de unidades inmobiliarias y permitirá a ambas partes maximizar el uso de la red FTTH actual, así como capturar eficiencias, tanto de la red existente como de sus futuras evoluciones tecnológicas, permitiendo ofrecer los mejores servicios a sus clientes.

La operación está pendiente de las autorizaciones regulatorias pertinentes. El Consejo de Ministros aprobó el pasado martes el acuerdo por el que se autoriza la inversión extranjera de Vodafone España en esta sociedad conjunta, mientras que el resto de autorizaciones está previsto que se produzca en las próximas semanas.

Inicio en las próximas semanas

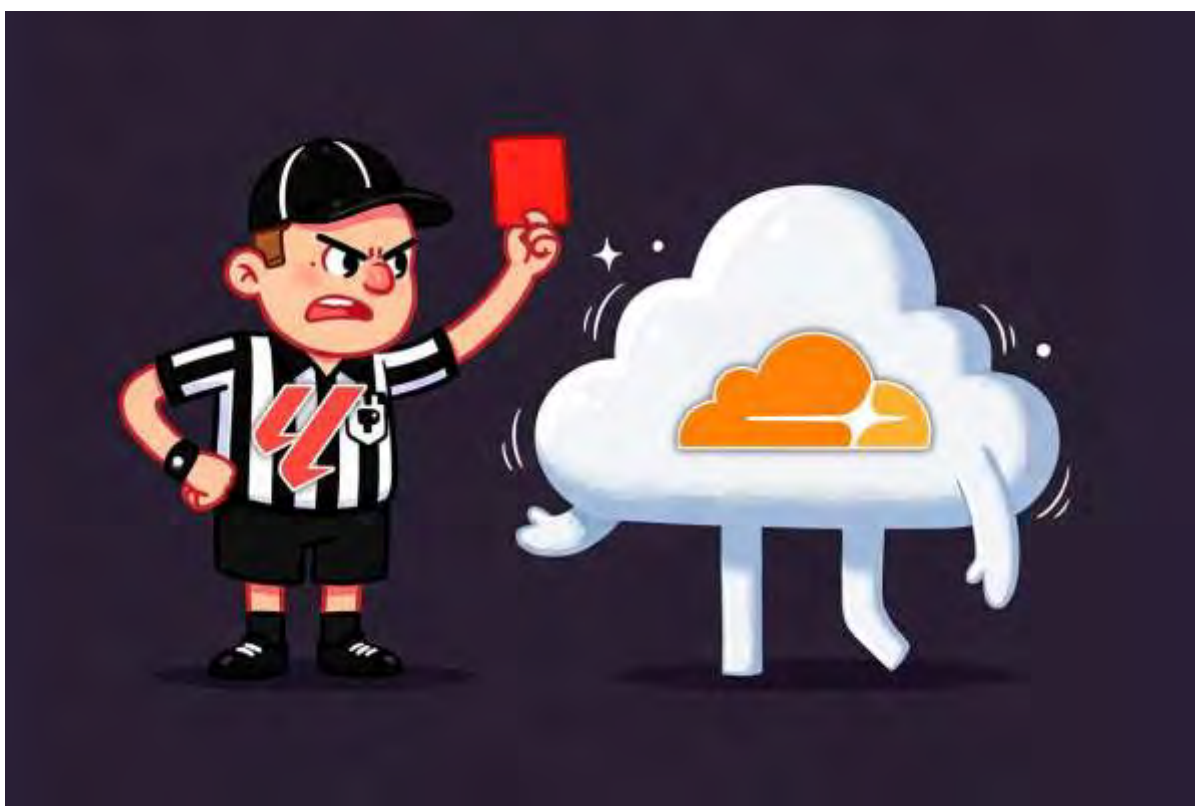
Fiberpass será la marca comercial de la nueva sociedad conjunta de prestación de servicios de fibra óptica (FiberCo) que ambas compañías acordaron crear el pasado mes de noviembre y en cuya ejecución siguen avanzando, con la previsión de comenzar a operar en las próximas semanas.

La marca elegida se centra en el valor de las infraestructuras de red de fibra como clave para un futuro mejor conectado. El lema o 'claim' de la FiberCo será 'Compartiendo juntos el futuro'.

LaLiga le declaró la guerra a Cloudflare por los IPTV no oficiales. Tras los bloqueos Cloudflare ha respondido

LaLiga y los operadores bloquearon el acceso a la plataforma DuckVision creando problemas para otros servicios

Cloudflare emitió un comunicado quejándose de la actuación de LaLiga



Hace una hora Iván Linares

Tras un fin de semana movido por la decisión por parte de LaLiga de bloquear el acceso a la plataforma DuckVision, las consecuencias fueron llegando en diversos frentes. Y las quejas ante la caída de servicios no relacionados con la plataforma son insistentes, en especial los relacionados con Cloudflare. Ahora, la propia Cloudflare ha emitido una queja contra la actuación de LaLiga.

En Internet existen diferentes empresas implicadas en el acceso a la información. La operadora es el primer paso en el camino, el servidor desde el que descargamos la información es el último. Y entre medias se encuentran otros proveedores de servicio que permiten las interconexiones, protegen los datos y anonimizan el proceso, entre muchos otros factores. Cloudflare es una de las empresas más conocidas.

Cloudflare, un gigante invisible con gran impacto en tu navegación

Pese a que quizá no sepas qué es Cloudflare y lo que hace, lo cierto es que guarda relación con una buena parte del Internet que visitas. La empresa asegura algunas páginas contra ataques DDoS, posee uno de los servidores de DNS que más se utilizan y protege el acceso no autorizado a ciertas webs. Seguro que en más de una ocasión le dijiste que eras humano a Cloudflare al intentar acceder a una página.

LaLiga lleva tiempo combatiendo las plataformas IPTV. En su guerra han sido muchas las aplicaciones que desaparecieron, también servicios y plataformas que resultaron bloqueadas por el camino, como Cristal Azul o el reciente DuckVision. Además, LaLiga mantiene una cruzada con empresas que, según la organización, «adquieren responsabilidad de las actuaciones ilegales que están permitiendo y de las cuales se lucran». Aparte de Google, Cloudflare se encuentra en la diana.

Con la actuación contra DuckVision y toda la infraestructura que administraba la plataforma de contenido no oficial, Cloudflare sufrió un bloqueo en operadores como Movistar que llevó a impedir el correcto funcionamiento de Internet. Como dejaron patente muchos de sus usuarios, entre los que nos incluimos, el bloqueo ralentizó la conexiones, impidió el correcto acceso a servicios legales y algunas páginas dejaron de funcionar. Páginas también legales.

Tras la petición judicial de bloqueo gestionada por LaLiga, los operadores acataron la orden de distintas maneras. Por nuestras pruebas, Movistar y O2 bloquearon la IP completa donde se ubicaba DuckVision, operadores como Vodafone optaron por impedir el acceso sólo a los servicios específicos de la plataforma no oficial de streaming. La precisión de Vodafone hizo que los usuarios del operador tuvieran menos problemas de acceso, así nos lo ha corroborado.

Por su parte, Cloudflare facilitó a Xataka su punto de vista en torno a la actuación de LaLiga. En concreto:

«Aunque LaLiga entendía perfectamente que bloquear direcciones IP compartidas afectaría los derechos de millones de consumidores a acceder a cientos de miles de sitios web que no infringen la ley, LaLiga siguió adelante con dicho bloqueo. Esto parece reflejar la creencia errónea de que sus intereses comerciales deben prevalecer sobre los derechos de millones de consumidores a acceder a un Internet abierto».

La guerra entre LaLiga y Cloudflare marcará nuestra experiencia en Internet



Por un lado, LaLiga defiende sus derechos sobre las emisiones legales de los partidos; por el otro, Cloudflare facilita y protege el acceso a millones de servicios de Internet. Sus caminos se han cruzado y no existe forma de que se desliguen: las acusaciones mutuas no tienen una solución a corto plazo. Y como daño colateral estamos los usuarios, que sufrimos impedimentos de acceso a la hora de utilizar servicios que son 100 % legales y por los que hemos pagado.

La guerra contra las IPTV va a seguir, LaLiga afirmó que «se repetirá en los próximos días para desactivar otras plataformas y servicios de contenido pirata». Veremos hasta dónde llega la caza del ratón y el gato.

**BANDARRANCHA.EU**

Artículos Operadoras

LaLiga va a seguir rompiendo internet por intereses particulares, pasando por encima de consumidores y empresas

 **Joshua Llorach**
ayer a las 20:01



Pronto hará un año del extraño episodio vivido en nuestro país en marzo de 2024, en el que durante un fin de semana el país contuvo la respiración sabiendo que en cualquier momento Telegram podía dejar de funcionar. El juez Santiago Pedraz había ordenado a las operadoras de telecomunicaciones el bloqueo de sus servidores, atendiendo a la petición de Mediaset, Atresmedia y Movistar Plus+ para cerrar varios canales de la app de mensajería en los que se difundía sin permiso sus contenidos. Finalmente, la cordura se impuso y el juez canceló la orden al tomar conciencia del impacto de su decisión y comprobar que afectaría a más de 8 millones de usuarios sin ninguna relación con la piratería, daños económicos incluidos, por lo que el bloqueo era "excesivo y no proporcional".

La historia se repite de nuevo con otros servicios, pero esta vez la sangre sí ha llegado al río. Y la batalla no ha terminado.

LaLiga está detrás del mal funcionamiento de internet

Desde el inicio del mes de febrero, cada encuentro futbolístico ha estado acompañado de un mal funcionamiento de internet para los clientes de Movistar y otras operadoras como Digi. Cloudflare ha sido uno de los servicios parcialmente inaccesibles de forma intermitente. Se calcula que el 20% de las webs que existen utiliza su red CDN, así que cualquier problema con sus servicios tiene un gran impacto. Que los clientes de una operadora del tamaño de Telefónica no puedan acceder a este destino afecta a numerosas empresas, con algunas tiendas online acusando un 30% de descenso en las visitas, lo que se traduce en importantes pérdidas económicas.

La falta de información ha sido la tónica general durante estos incidentes, hasta que los propios usuarios han dado con el diagnóstico del problema: la comunicación con determinadas direcciones IP se interrumpía dentro de la red de Telefónica, sin afectar a IPs adyacentes, evidenciando así que era un bloqueo selectivo. La confirmación vino al acceder desde las redes de MásOrange y Vodafone a estas IP y ver el mensaje de "bloqueado por la autoridad competente", lo que indica que una orden de bloqueo pesaba sobre ellas.

Mientras se producía el último episodio de problemas en la tarde del pasado sábado, LaLiga anunciaba triunfante el cierre de la app y la web de DuckVisión justo antes de la celebración del derbi madrileño, afirmando que "estaba encubierta por el servicio de la tecnológica estadounidense Cloudflare". Su nota acusa a Cloudflare, Google y los proveedores de VPN de estar "involucrados en el consumo de piratería" y lucrarse permitiendo "actuaciones ilegales".

Cruce de acusaciones entre LaLiga y Cloudflare

Representantes de Cloudflare, en declaraciones a Xataka han descrito con precisión la situación:

Aunque LaLiga entendía perfectamente que bloquear direcciones IP compartidas afectaría los derechos de millones de consumidores a acceder a cientos de miles de sitios web que no infringen la ley, LaLiga siguió adelante con dicho bloqueo. Esto parece reflejar la creencia errónea de que sus intereses comerciales deben prevalecer sobre los derechos de millones de consumidores a acceder a un Internet abierto.

LaLiga responde reconociendo que el objetivo de sus acciones no solo eran las webs piratas, sino que estaban dirigidas contra la red CDN:

LaLiga no se posiciona en contra del acceso libre a internet, sino que solicita medidas y lleva a cabo acciones controladas contra compañías u organizaciones que se lucran de actos ilegales y delictivos utilizando a empresas legales como escudo digital.

¿Por qué LaLiga ataca a Cloudflare?

Los servidores de Cloudflare y el navegador Chrome han activado masivamente ECH, un mecanismo que impide a las redes de las operadoras rastrear la navegación del usuario y bloquear el acceso a webs prohibidas, lo hace imposible aplicar los listados de webs con fútbol pirata que mantienen LaLiga y Telefónica.

La reacción de LaLiga ha sido solicitar el bloqueo de las direcciones IP de varios servidores proxy de la CDN de Cloudflare, a pesar de ser plenamente consciente de que son utilizadas mayoritariamente por miles de servicios legítimos que nada tienen que ver con la piratería.

LaLiga va a seguir rompiendo internet

LaLiga está más envalentonada que nunca. Cuenta con los medios técnicos para perseguir a los piratas y el respaldo legal para intervenir directamente en las redes de las operadoras a dos niveles: por una parte ordenando bloqueos y por la otra obteniendo la identidad de los usuarios finales que consumen fútbol pirata.

Su último comunicado deja claro que "LaLiga, amparada por la justicia, no se detendrá en la defensa del fútbol y los intereses de sus clubes" y promete nuevas acciones en los próximos días para desactivar otras plataformas y servicios de contenido pirata".

La guerra entre LaLiga y las IPTV para ver fútbol en pirata puede cambiar Internet para siempre

El enfoque de LaLiga para combatir la piratería está afectado a todo tipo de webs legales que no tienen nada que ver



Miguel Terán Haughey 14:35 - 11/02/2025

Fue tan solo ayer cuando LaLiga anunció el bloqueo de una de las IPTV más populares, DuckVision, que era utilizada por más de 200.000 usuarios tan solo en España, y aunque esto puede sonar una gran noticia para la lucha contra la piratería y para los propietarios legales de estos derechos de emisión, el organismo encargado del fútbol profesional español no hizo las cosas bien.

Ya lo avisó Google hace unas semanas, y mostró su desaprobación con el enfoque que LaLiga, liderada por Javier Tebas, está llevando a cabo en la lucha contra la piratería. Y es que dicho organismo está llevando un bloqueo indiscriminado contra toda IPTV, sea legal o no.

Y es que existe una mala concepción de que las listas IPTV (Internet Protocol Television o Televisión por Protocolo de Internet), son ilegales, pero lo cierto es que hay algunas que sí y otras que tienen todo en regla y tan solo son una plataforma que emite contenidos (por los que ha pagado) a través de Internet.

El problema es que desde LaLiga no lo ven así, y mientras es cierto que lograron cerrar la IPTV DuckVision, en este mismo esfuerzo acabaron bloqueando varios servicios relacionados que no estaban incumpliendo ninguna norma, afectando especialmente a los conectados con el servicio Cloudflare.

Cloudflare es una empresa de ciberseguridad que ofrece servicios para mejorar el rendimiento y la seguridad de sitios web y aplicaciones. Actúa como un intermediario entre el visitante y el servidor, acelerando la carga de las páginas, protegiéndolas de ataques maliciosos y bloqueando el tráfico no deseado.

LaLiga ha señalado a tanto Google como Cloudfare como "cómplices" de la piratería, y durante la caza de la IPTV DuckVision, el servicio de Cloudfare sufrió un bloqueo en Movistar que le impidió funcionar correctamente en Internet, y causando interferencias, cortes y demás problemas a usuarios que habían pagado por ver el fútbol o incluso acciones que no tenían nada que ver.

Esto es porque Cloudfare no es solo utilizado por listas IPTV que emiten fútbol en pirata, sino que miles de páginas web legítimas y usadas por todos utilizan este servicio, y es justamente lo que denuncia la compañía, que desde LaLiga tienen la creencia errónea de que sus intereses comerciales deben prevalecer sobre los derechos de millones de consumidores a acceder a un Internet abierto.

Y esta batalla entre LaLiga y la piratería no va a acabar aquí, y de hecho, dicho organismo ha asegurado que van a repetir este proceso en los próximos días, por lo que es más que probable que servicios legítimos se vuelvan a ver afectados y de nuevo paguen justos por pecadores.

No parece que esta situación sea sostenible, pero lo cierto es que tal y como funcionan estos bloqueos con la tecnología y legislación disponible, por ahora no existe una solución cercana, viable y que se pueda encontrar a corto plazo, y cuando se encuentre una, podría cambiar la red tal y como la conocemos.



Noticias y novedades

Golpe a una popular IPTV para ver fútbol pirata gratis: era muy usada entre usuarios de España

Justo en el día del partido de Champions entre el Real Madrid y el Manchester City los usuarios de esta IPTV sufren un gran varapalo.

Manuel Ramírez 11 febrero 2025

Los golpes que están recibiendo las IPTVs están siendo continuos y cada poco se conoce de alguna que sufre un cese de servicio para dejar a miles de usuarios sin la reproducción del contenido pirata y gratis que ofrecía. LaLiga sigue siendo uno de los actores que más empeño están poniendo para acabar con plataformas como DuckVision, que contaba con más de 200.000 usuarios que utilizaban su servicio para ver futbol gratis en España.

DuckVision ha sido una aplicación que se podía instalar en cualquier móvil y que permitía un acceso sencillo a la retransmisión de partidos de fútbol en directo, como el que hoy mismo se hubiera podido disfrutar, el de Champions entre el Manchester City y el Real Madrid.

La desactivación de DuckVision no ha venido sola y también se ha cerrado el acceso a su sitio web desde el que se compartían distintos enlaces para reproducirlos a través de Ace Stream (accedían cerca de 70.000 usuarios únicos); que utiliza un protocolo de streaming peer-to-peer basado en la tecnología BitTorrent.

LaLiga ha emitido un comunicado oficial en el que explica como un equipo especializado ha sido capaz de deshabilitar el servicio en España al que se conectaban más de 200.000 usuarios en España para acceder a un variopinto catálogo de servicios relacionados con la retransmisión deportiva como LaLiga, Movistar, SkySport, DAZN y otros muchos.

Telegram también ha sido una de las vías para que esta plataforma alcanzase a un mayor número de usuarios, ya que un pequeño tutorial mostraba cómo se podía acceder a la retransmisión de contenido de streaming de partidos de fútbol piratas al igual que otros acontecimientos deportivos. En total los canales de Telegram contaban con más de 13.800 usuarios.

En el comunicado oficial también se deja caer que en los próximos días se llevarán a cabo más acciones en otras plataformas y así cerrar el acceso a este contenido pirata gratuito. Habría un buen número de páginas web que estarían en el objetivo de LaLiga que desde hace unos años está ocupada en reducir el número de IPTVs que emiten este tipo de contenido.

Uno de los aspectos más peculiares del comunicado es que embiste directamente contra Cloudflare, uno de los servicios de rendimiento web más importantes del planeta que da cobijo a millones de sitios web. Por su parte son claros, protegen a organizaciones criminales de forma intencionada con el fin de lucrarse.

Y en este sentido, vía Genbeta, estos días atrás hubo un poco de lío, ya que los usuarios de Movistar dejaron de poder acceder a muchos de los dominios que aloja Cloudflare antes del partido entre el Atlético de Madrid y Real Madrid; tuvo que ver con la dirección IP bloqueada por los teleoperadoras para bloquear el acceso al partido y que fue demasiado restrictivo afectando a usuarios comunes que no hacen uso de estos servicios pirata.

Por lo que respecta a Ace Stream, LaLiga, según un nuevo auto, podría monitorizar a cualquier usuario que use este protocolo para así identificar al usuario final a través de los datos que proporciona a las operadoras.

LIGUE 1: DAZN "MENACERAIT DE NE PAS PAYER" UNE ÉCHÉANCE DU MOIS DE FÉVRIER

Jean-Guy Lebreton avec l'After Foot Hier à 23h07



Principal diffuseur de la Ligue 1, la plateforme DAZN menacerait de ne pas payer à la LFP l'échéance prévue le 15 février prochain, selon les informations données ce lundi dans l'After Foot sur RMC. Une manière de mettre la pression sur l'instance présidée par Vincent Labrune dans sa lutte contre le piratage.

Quelques mois après une issue compliquée pendant l'été, le feuilleton des droits TV de la Ligue 1 reste toujours aussi mouvementé. Si DAZN a récupéré huit matchs (sur neuf), la plateforme britannique peine à atteindre son objectif de 1,5 million d'abonnés et aurait franchi le seuil des 500.000 utilisateurs à la faveur de ses récentes offres promotionnelles. Mais selon les révélations de l'After Foot ce lundi sur RMC, DAZN envisagerait de ne pas payer tout son dû à la LFP pour l'échéance prévue à la mi-février.

"Le diffuseur DAZN menacerait de ne pas payer, partiellement au moins, une échéance qui doit tomber dans les jours qui viennent, le 15 février", a expliqué notre journaliste Gilbert Brisbois. "Tout ça pour quoi? Tout simplement parce que DAZN s'était étonné d'un communiqué de la Ligue faisant état de victoire contre le piratage. Sauf que DAZN reproche à la Ligue une lutte, comment dire... pas vraiment efficace contre le piratage."

Avant de poursuivre: "On reproche également aux clubs une collaboration qui n'est pas hyper efficiente au quotidien. On peut dire ce lundi soir qu'on a plusieurs sources sérieuses qui nous confirment que ça pourrait arriver. Ce serait évidemment une révolution économique pour le foot français."



"Une grosse réunion était prévue entre tous les différents partenaires"

Après les premières révélations de l'animateur de l'After Foot, Daniel Riolo lui a emboîté le pas afin de préciser les détails de cette affaire, qui pourrait encore secouer la Ligue 1 dans les prochains jours. "La semaine dernière j'évoquais que, pendant ma visite au ministère, on m'avait dit qu'il allait falloir aider DAZN sur le piratage. En prenant notamment l'exemple de l'Angleterre, où ils sont cinquante à bosser contre le piratage pendant un week-end, quand en France, ils ne sont que trois", a ainsi expliqué l'éditorialiste de RMC Sport. "Donc forcément c'est un problème et il faut voir ce qu'on peut faire."

"Et finalement, entre voir ce qu'on peut faire et se bouger maintenant, au moment où on va annoncer qu'une grosse réunion était prévue entre tous les différents partenaires qui doivent se mettre autour de la table: clubs, diffuseurs, ministère, Ligue. Et on apprend, avant même cette réunion du mois de mars, qu'il se dit que dès le 15 février DAZN menace de ne pas payer..."

Certains présidents de club seraient inquiets

Au-delà des difficultés à séduire le public français depuis le début de saison, DAZN ne serait pas vraiment convaincu par les actions de la LFP pour lutter contre le piratage. La Ligue dirigée par Vincent Labrune, qui s'est pourtant récemment félicitée de son action contre les diffusions pirates des rencontres de L1.

"Quand tu cherches à creuser un peu cette info, les présidents, pour beaucoup proches de Labrune et qui ne veulent pas sombrer dans le catastrophisme, te disent: 'Non, non, il n'y a pas de sujet... ne vous inquiétez pas, DAZN va bien payer'. Et il y a les autres qui commencent un petit peu à flipper", a encore assuré Daniel Riolo. "Et qui se disent que DAZN est aussi un peu dans la merde en Italie, où ils estiment qu'ils ont finalement payé un petit peu trop cher par rapport à la perte d'abonnés qu'ils ont eue et presque par rapport à la perte d'intérêt pour le foot qu'il y a en Italie."

La lutte contre le piratage pour justifier un non-paiement?

A en croire le membre de l'After Foot, DAZN n'hésiterait donc pas à envisager un petit bras de fer face à la LFP, avec laquelle les relations ne seraient déjà pas au beau fixe.

"Ils notent la même chose en France, mais la différence entre les deux c'est que DAZN est un peu en train de se dire qu'ils n'ont plus de thune ou en tout cas par rapport à ses engagements-là. Mais, en Italie la Ligue est plus forte, alors qu'on sent qu'il y a des faiblesses en France, et si, en gros, il faut qu'on fasse chier quelqu'un et dire qu'on ne va pas payer, c'est plus en France qu'on va taper parce qu'on n'a plus de bons rapports avec la Ligue... Rien ne va réellement, puisque CVC est fâché, la Ligue est fâchée, le diffuseur n'est pas content", a complété Daniel Riolo. "Et en plus, surtout, parce que ça va être ça le prétexte: ils ne font pas assez contre le piratage."

De los 211 millones del City a los 132 millones del colista: el reparto por TV de la Premier 23-24

Los campeones prácticamente repitieron los ingresos récord de 2022-2023, con un partido menos televisado en Reino Unido. En total, la liga inglesa repartió 3.421 millones de euros, de los que el 47% provino de sus socios audiovisuales internacionales.



Manchester City 2024 2025

La Premier League sigue sacando músculo a las puertas de su nuevo ciclo audiovisual. En 2023-2024, la liga inglesa repartió 2.848 millones de libras (3.421 millones de euros) entre sus clubes, un 2% más interanual. Este dinero procede, en su amplia mayoría de los derechos audiovisuales, salvo una pequeña partida relativa a activos comerciales.

El club que más dinero se lleva es el Manchester City, con 175,9 millones de libras (211,3 millones de euros). Los sky blues hicieron valer su título, el cuarto consecutivo, para prácticamente congelar los 176,2 millones de libras que ingresaron por esta vía en 2022-2023. La pasada temporada, sin embargo, les televisaron un partido menos (28 frente a 29) y eso explica este ligerísimo ajuste. De hecho, hay un cambio significativo en el último reparto, y es que, por primera vez, un equipo supera los 30 partidos televisados. El Arsenal FC, segundo clasificado, fue retransmitido en 31 ocasiones, lo que hizo que casi igualara en dinero a los citizens, con un total de 175,5 millones de libras (210,8 millones de euros).

Entre el campeón y el último con plaza europea por clasificación liguera, el Chelsea FC, hubo apenas 16,7 millones de libras (20 millones de euros) de ajuste en el reparto. Pero es que entre el City y el colista Sheffield United, la diferencia fue de 1,6 veces. Este último se llevó 109,7 millones de libras (131,8 millones). Es una de las grandes ligas con un reparto más equitativo. Más datos: el líder se llevó un 6,2% del dinero total distribuido entre los 20 clubes. Y el Sheffield se situaría, con claridad, en tercera posición en el reparto televisivo de LaLiga en 2023-2024.

Entre los otros equipos Champions, el Liverpool FC recaudó 171 millones de libras (205,4 millones de euros) y el Aston Villa, 162,4 millones de libras (195 millones de euros). El Tottenham Hotspur percibió 164,6 millones de libras (197,7 millones de euros), pese a quedar por debajo en la clasificación del spanish club de Birmingham. ¿El motivo? Una vez más, la parrilla televisiva. La Premier emitió en directo 28 partidos de los spurs, seis más que de los villanos.

La diferencia de ingresos por televisión y comercial entre el campeón y el colista de la competición fue de 1,6 veces, unos 80 millones de euros

En el top-10, otro club a destacar es el Manchester United, cuyo interés no cae pese a su bajón clasificatorio. Les emitieron 28 partidos en directo, los mismos que al City, lo que le permitió compensar por ahí la caída de ingresos por méritos deportivos y embolsarse 156,2 millones de libras (187,6 millones de euros).

En la zona baja, destaca por lo mismo el Everton, que facturó 132,2 millones de libras (158,8 millones de euros) gracias a la audiencia que congrega y que hizo que le emitieran 23 partidos. Con ello, ganó más que el AFC Bournemouth, duodécimo, pese a quedar tres posiciones por debajo en la tabla clasificatoria.

Factura más por la TV internacional que por la de Reino Unido

Otro punto clave que justifica el liderazgo de la Premier respecto al resto de grandes ligas es su tirón internacional. Desde el vigente contrato audiovisual, que arrancó en 2022-2023, la Premier factura ya más por sus derechos en el extranjero que por la venta de la TV nacional. Por ello, cada equipo se aseguró 55,7 millones de libras (66,9 millones de euros) por esta vía, a lo que se sumaron variables ligados a la clasificación.

Uno de sus principales mercados es Estados Unidos, de donde provienen la mitad de los propietarios de sus clubes y donde renovó en 2021 con la NBC a razón de 396 millones de euros, de media, por temporada con un contrato hasta 2028. En total, la Premier repartió 1.351 millones de libras (1.623 millones de euros) por los derechos internacionales, frente a los 1.333 millones de libras (1.601 millones de euros) por los obtenidos en Reino Unido.

El reparto de la TV en la Premier League, club a club

En millones de libras. 100 libras equivalen a 120,1 euros. Datos relativos a la temporada 2023-2024.



Fuente: Premier League

Gráficos: 2Playbook Intelligence. * Fuente: 2Playbook Intelligence. * Creación: Datavrapper

Como se apuntaba anteriormente, en el mercado británico, el número de partidos que les televisen es el pellizco que se llevan los grandes clubes respecto a los menos mediáticos o poderosos. Un 26,6% de esta factura se reparte según las veces que las teles británicas hayan emitido a los clubes, mismo porcentaje que se distribuye por méritos deportivos (es decir, según la posición clasificatoria). El 46,8% restante se reparte a partes iguales: 31,2 millones de libras (37,5 millones de euros) garantizadas para cada uno.

En el plano general, si se adhiere el negocio internacional, y no se computa el reparto comercial, el 65% de la distribución total es equitativa, y sólo el 22% tiene en cuenta la clasificación deportiva. Los pagos por los partidos emitidos en la TV británico suponen el 13%. Finalmente, si se suman a la ecuación los 164 millones de libras (197 millones de euros) que aporta la Premier a sus clubes relativos a ingresos comerciales centralizados, estos suponen menos del 6% del reparto.

Ligera subida del 4% en el siguiente ciclo (2025-2029)

Por último, la Premier League ya tiene garantizado una ligera mejora del 4% en su contrato de TV nacional a partir de 2025, cuando arranca el próximo ciclo, que suma un año más de lo habitual, hasta 2029. Un acuerdo anunciado con año y medio de antelación y que mantiene como socios audiovisuales a Sky, TNT y BBC. Se cae Amazon.

Para atar 1.676 millones de libras (1.956 millones de euros) anuales, la liga inglesa ha incorporado 70 partidos más por temporada y ha sumado sumar una nueva franja de horarios televisivos, amén del ya mencionado año extra en el contrato.

FÚTBOL

La Liga Alemana de Fútbol debe todavía 30 millones de euros a los clubes



Archivo - Logo de la Bundesliga en una cámara de televisión.

- Harry Langer/dpa - Archivo

BERLÍN (ALEMANIA), 11 Feb. (dpa/EP) -

La Liga Alemana de Fútbol (DFL) cifra en unos 30 millones de euros el montante que le falta en los ingresos para pagar a los 36 clubes profesionales de la primera y segunda división de la Bundesliga, según la agencia alemana dpa.

Preguntada al respecto, la DFL no quiso hacer comentarios sobre el déficit respecto al año anterior y señaló que no comenta el contenido de los contratos, según informó dpa.

El pasado verano, la competición pagó a los clubes 80 millones de euros menos de lo previsto. "En el plazo de pago de junio de 2024 se verá reducido de los 127 millones de euros originales a 47 millones de euros", rezó una carta de la DFL a los 36 clubes.

"El motivo es que los ingresos por valor de 80 millones solo podrán cobrarse este año en una fecha posterior, ya que los pagos de los socios (de la DFL) no pudieron efectuarse en las fechas contractuales previstas. A instancias de los socios afectados, hubo que llegar a acuerdos de pago aplazado", especificó la misiva.

Una de las empresas era DAZN, según confirmó en su momento el servicio de streaming. La suma que faltaba, de unos 50 millones de euros, se habría pagado en una fecha posterior, según lo acordado. Se desconoce qué empresa debe aún dinero a la DFL y, por tanto, a los clubes por el citado valor de 30 millones de euros.

Netflix vs. ESPN: la pelea por los derechos de la F1 y el millonario contrato en juego

Forbes Argentina mar, 11 de febrero de 2025



Netflix podría ampliar su vínculo con la Fórmula 1 más allá de Drive to Survive. Según trascendió, la plataforma de streaming está considerando presentar una oferta por los derechos de transmisión en vivo del deporte.

La noticia fue publicada la semana pasada por The Athletic y Autosport, que indicaron que, por el momento, el posible acuerdo se limitaría exclusivamente al mercado estadounidense.

El momento en que surgieron estos informes no es menor, ya que coincidieron con la cuenta regresiva para el lanzamiento de la séptima temporada de Fórmula 1: Drive to Survive, previsto para el 7 de marzo.

El programa, que debutó en 2019, fue clave en el crecimiento del interés por la categoría en Estados Unidos. Según datos de Nielsen, la serie documental contribuyó a un incremento del 10% en la base de fanáticos de la Fórmula 1 en ese país desde su estreno.

Desde el inicio de Drive to Survive, las transmisiones en vivo de la Fórmula 1 en Estados Unidos estuvieron a cargo de ESPN, que en 2018 reemplazó a NBC como titular de los derechos televisivos.

En 2022, la cadena firmó una extensión de tres años con la Fórmula 1, lo que significa que los derechos volverán a estar disponibles al término de la temporada actual.



La audiencia experimentó un notable crecimiento en los últimos años. Cuando ESPN comenzó a transmitir las carreras, el promedio era de poco más de 550.000 espectadores por evento. En 2022, la cifra alcanzó un pico de 1,2 millones, aunque en 2023 sufrió una leve caída hasta 1,1 millones.

Cómo crece el perfil de transmisión en vivo de Netflix

El año pasado, Netflix contrató a Kate Jackson como su nueva directora de deportes, con el objetivo de supervisar sus proyectos de transmisión deportiva en vivo.

Jackson se desempeñó como vicepresidenta de producción en ESPN, donde estuvo a cargo de la cobertura de la Fórmula 1 para la cadena. Su incorporación a Netflix representó una clara declaración de intenciones por parte de la plataforma, que sigue ampliando su presencia en el ámbito de las transmisiones en vivo.

En ese marco, la compañía de streaming desembolsó 150 millones de dólares para emitir dos partidos de la NFL en Navidad, estableciendo un nuevo récord para un juego de la liga transmitido en una plataforma digital.

En total, un promedio de 24,3 millones de espectadores en Estados Unidos sintonizaron el encuentro en el que los Baltimore Ravens vencieron a los Houston Texans, mientras que otros 24,1 millones vieron la victoria de los Kansas City Chiefs sobre los Pittsburgh Steelers.

Para poner en perspectiva el gasto de Netflix, ESPN pagó 5 millones de dólares anuales por los derechos de transmisión de la Fórmula 1 entre 2019 y 2022. Se estima que su actual contrato, vigente por tres años, tiene un valor total de 90 millones de dólares.

Un dato relevante es que en 2018, el propietario de la Fórmula 1, Liberty Media, ofreció los derechos de transmisión de manera gratuita como parte de su estrategia para aumentar la popularidad de la competencia en Estados Unidos.

Netflix, sin embargo, no es el único gigante del streaming que incursionó en la transmisión de eventos deportivos en vivo.



Amazon comenzó a emitir partidos de la NFL en 2017, cuando transmitió 10 encuentros a través de su plataforma Prime Video. Desde 2023, tiene los derechos exclusivos de Thursday Night Football en un contrato a 10 años valuado en aproximadamente 1.000 millones de dólares.

Además, la empresa también transmite la UEFA Champions League en Gran Bretaña, donde ha emitido dos rondas completas de partidos en los últimos seis años.

En paralelo, en Estados Unidos, Apple TV+ firmó en 2022 un acuerdo de siete años para transmitir partidos de la MLB. Ese mismo año, la plataforma comenzó a emitir encuentros de la MLS, reforzando así su presencia en el mercado del deporte en vivo.

El acuerdo de Fórmula 1 con Netflix tendría impacto más allá de EE.UU.

Netflix se negó a hacer comentarios sobre los rumores de una posible oferta, pero la adquisición de los derechos de transmisión en vivo de la Fórmula 1 podría generar un impacto significativo en el deporte, trascendiendo ampliamente las fronteras de Estados Unidos.

Actualmente, los derechos de la Fórmula 1 pertenecen a Liberty Media, que los comercializa con emisoras de todo el mundo bajo el mismo sistema implementado hace más de cuatro décadas por el entonces máximo responsable del deporte, Bernie Ecclestone.

Según informó The Financial Times, los derechos televisivos globales representaron 1.000 millones de dólares de los 3.200 millones de dólares en ingresos que generó la Fórmula 1 durante 2023.

Bajo el modelo actual, Liberty Media otorga los derechos de transmisión a emisoras individuales en cada país.

Si bien las cadenas reciben la señal en vivo, son responsables de la programación, lo que implica que deben contar con sus propios equipos de comentaristas y analistas.

Uno de los principales inconvenientes de este esquema es que puede derivar en acuerdos de exclusividad en ciertos países, cuando una emisora ofrece más dinero que sus competidores.

En el Reino Unido, por ejemplo, Sky posee los derechos exclusivos de la Fórmula 1 desde 2019 y mantendrá el contrato, al menos, hasta el final de la temporada 2029.

Del mismo modo, las filiales europeas de Sky en Alemania e Italia también poseen los derechos exclusivos de transmisión en ambos países hasta 2027.

Esta exclusividad implica que la plataforma de streaming oficial de la Fórmula 1, F1 TV Pro, no está disponible en Gran Bretaña, Alemania ni Italia.

Sin embargo, en Estados Unidos, la plataforma sí está habilitada y permite a los espectadores elegir cómo seguir las carreras. Uno de sus principales atractivos es que ofrece conversaciones de radio sin editar entre los pilotos y los equipos, un aspecto que generó controversia durante la última temporada.

Por el momento, ese tipo de acceso detrás de escena sigue siendo exclusivo de Drive to Survive, pero la situación podría cambiar si Netflix reemplaza a ESPN como emisora de la Fórmula 1.

PABLO MORENO



LA DISTAN- CIA SIGUE CRECIENDO

Era el gesto anunciado y ya se ha producido en forma de denuncia, lo que evidencia que el diálogo parece roto por completo.



Buscan influir en la competición y eso es algo que no se puede consentir"

JAVIER TEBAS
PRESIDENTE DE
LALIGA

LaLiga denuncia al Real Madrid por la carta contra el sistema arbitral

SI DISCIPLINA LA ACEPTA, SE INICIARÁ UN PERIODO DE INSTRUCCIÓN Y EL CLUB BLANCO RECORDARÁ LOS ATAQUES DE LOS OTROS EQUIPOS A LOS ÁRBITROS

JOSÉ FÉLIX DÍAZ

MARCA

LaLiga cumple lo que anunció Javier Tebas al término de la reunión del pasado jueves con Federación, equipos y árbitros y ha denunciado ante el Comité de Disciplina de la Federación Española de Fútbol la carta que envió el Real Madrid tras el encuentro ante el Espanyol criticando el sistema arbitral. La patronal ha llevado a cabo la denuncia tras la petición del resto de clubes.

Una vez recibida la denuncia, y si el comité así lo considera, se abrirá un expediente, para a

continuación pedir alegaciones al Real Madrid y se iniciará un periodo de instrucción, que podría desembocar en un expediente sancionador contra la entidad madridista. Si esta vía no prospera, LaLiga estudia acudir a la justicia ordinaria.

LA ENTRADA SOBRE MBAPPÉ

La no expulsión de Romero por una entrada a Mbappé elevó la tensión existente. Fue la acción que provocó la redacción de ese comunicado de protesta a la Federación que el club blanco publicó en su página web. Una carta a la atención del presidente, Rafael Louzán, bajo el asunto 'protesta

formal sistema arbitral' y con motivo "de la actuación escandalosa del arbitraje del VAR en el partido disputado el pasado 1 de febrero de 2025 contra el RCD Espanyol". "Es la culminación de un sistema arbitral desacreditado", leía en el comunicado.

La respuesta del Real Madrid es la de tranquilidad absoluta. El alegato de defensa madridista, en el momento en que así lo soliciten desde la Ciudad del Fútbol, girará alrededor de los múltiples ataques que los propios clubes firmantes de la denuncia han ido repitiendo a lo largo de las últimas temporadas en contra de las decisiones arbitrales. ●

LaLiga denuncia la carta enviada por el Real Madrid

R. ARÉS; J. M. LEIVA / MADRID

LaLiga cumplió su amenaza y denunció ante el Comité de Disciplina de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) la carta publicada por el Real Madrid contra el estamento arbitral después de la polémica sucedida en el partido frente al Espanyol (1-0) en Cornellà. En la misiva, el club blanco exigía los audios de los árbitros, en concreto de dos jugadoras (la no roja a Carlos Romero y el gol anulado a Vinicius), además de pedir una "reforma estructural" del sistema arbitral español, al que acusa de "viciado", "corrompido" y "fraudulento" e incluir términos como "adulteración" y "manipulación". LaLiga entiende que es un ataque a la integridad de la competición y pide que se estudien sanciones contra el club y toda su junta directiva.

Javier Tebas, presidente de LaLiga, ya había hecho pública su intención de denunciar la carta del Real Madrid. "Nosotros desde luego que vamos a denunciar, igual que hemos denunciado en su día al RMTV. Este tipo de notas no se pueden consentir porque son falsedades o medias verdades que lo que quieren es influir en algunos temas que no pueden ser. Han perdido la cabeza", aseguró la pasada semana tras reunirse con RFEF, CTA y clubes.

Una vez cursada la denuncia, en la que se esgrime un ataque a la integridad de la competición, desde el Comité de Disciplina de la RFEF se pedirán alegaciones al Real Madrid y se abrirá el periodo de instrucción, que podría desembocar en un expediente sancionador contra la entidad madridista. Si esta vía no prospera, LaLiga estudiará presentar la denuncia en la justicia ordinaria.

El movimiento de LaLiga está amparado por el resto de los clubes. En la cumbre de la

Tebas, arropado por el resto de los clubes, acude al Comité de Disciplina ● El equipo blanco se enfrenta a un posible expediente



CHEMA DIAZ / DIARIO AS

Javier Tebas, tras la reunión mantenida la semana pasada por la Federación, LaLiga y los árbitros.

pasada semana, todos mostraron su hartazgo por la actitud del Real Madrid respecto al colectivo arbitral y demandaron que se tomaran medidas. Gil Marín,

consejero delegado del Atlético, y Del Nido Carrasco, presidente del Sevilla, fueron los más vehementes en dicha reunión, pero contaron con el apoyo del resto.

Precisamente, el mandatario del Sevilla verbalizó el sentir general el pasado domingo: "El comunicado del Madrid es intolerable e inaceptable. Pone en tela de juicio el honor de los árbitros y de la competición. El mundo del fútbol debemos denunciar tanto públicamente como en los juzgados un comunicado que atenta contra la integridad de este deporte. Pero lo peor de todo es que no nos llama la atención. El Real Madrid intenta destruir el fútbol español".

Pasos

Ahora el Madrid debe presentar las alegaciones que considere

Otras vías

LaLiga también estudia si llevar el comunicado a la justicia ordinaria

12 Febrero, 2025

La normativa está atascada pese a que Cultura envió al Congreso el mismo texto que iba a ser aprobado en 2023

La nueva ley del cine no encuentra fecha de estreno

T. KOCH / G. BELINCHÓN
Madrid

De la nueva Ley del Cine y la Cultura Audiovisual se sabe prácticamente todo: el nombre, las intenciones, las principales medidas, el contenido del articulado. Y, sin embargo, no hay forma de responder a la pregunta que más importa al sector: su fecha de estreno. Se quedó a un paso de la meta en 2023, debido al adelanto electoral. Volvió a salir con un texto idéntico del Consejo de Ministros el pasado junio, para acelerar su aprobación en el Congreso, donde se tramitó por la vía de urgencia. El Ministerio de Cultura pretendía que saliera adelante en 2024, y su entrada en vigor figura también entre las promesas realizadas por parte del Gobierno a la Unión Europea para recibir un nuevo tramo de fondos, por más de 3.000 millones de euros.

Sin embargo, la normativa se encuentra en plazo de enmiendas en la Comisión de Cultura al menos hasta hoy, cuatro días después de la gala de los Goya, donde el presidente de la Academia de Cine, Fernando Méndez-Leite, exigió su aprobación a los políticos presentes, incluidos el ministro de Cultura, Ernest Urtegas, y el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez. Las fuentes consultadas, entre política e industria cinematográfica, miran al verano, o incluso al otoño, como horizonte temporal más optimista. De fondo, además, surge otro ruido desde la producción audiovisual: por lo menos, podía aprovecharse tanto retraso para mejorar los aspectos que no contentan a muchos.

"Es un texto consensuado con el sector y con los grupos políticos, que se aprobó igual que el que ya estaba pactado. Es una ley importante y necesaria, de ahí que esperemos que esté en 2025, más pronto que tarde, entre otras cosas porque la actual lleva en vigor muchos años", apunta una fuente del Ministerio de Cultura. Desde 2007, en concreto, cuando Netflix aún se dedicaba a alquilar DVD, entre otras cosas. "La brecha entre la acción de la Administración y del sector se ha agrandado", reconoció Urtegas, en junio de 2024, cuando el Gobierno volvió a lanzar el anteproyecto de la

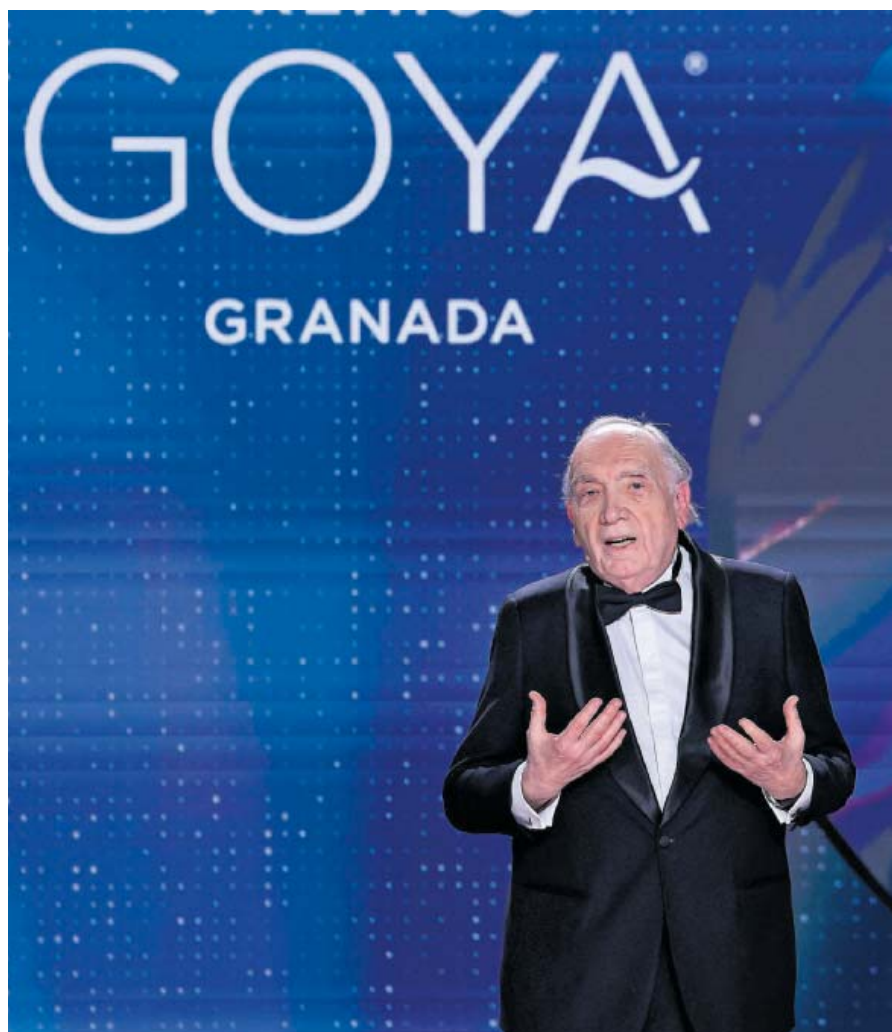
ley del cine. Ahora se ha acumulado otro medio año de distancia. Y lo que queda.

Protección del patrimonio fílmico y de la producción independiente, inclusión de las series en el texto y en las ayudas, fomento de transparencia, diversidad e igualdad aparecen entre las prioridades de la ley. Plataformas como Netflix o Disney+ estarán obligadas a compartir públicamente sus datos de audiencia y visionados, que ahora mantienen celosamente ocultos. Además, no podrán recibir ayudas "las películas cinematográficas producidas directamente por prestadoras de servicios de comunicación audiovisual". Aunque cabe la posibilidad de que las compren y las incorporen a su catálogo, algo muy habitual. La Filmoteca Española, además, recibirá la protección de BIC (bien de interés cultural) para garantizar el cuidado del patrimonio audiovisual que conserva. Y se establece que al menos un 35% de las ayudas a la producción vaya destinado a filmes dirigidos por mujeres, como ya sucede en la práctica. Todo, eso sí, cuando la normativa se apruebe.

Y ahí entran las quejas de los productores: cuando llegó Urtegas al ministerio, pactó sacar la ley corriendo tal y como estaba. Ha pasado un año y tres meses. "Nos habría dado tiempo a hacer un texto legislativo bien redactado y consensuado, que fue otro ofrecimiento que nos hizo el ministro. Todos pensamos que con el borrador que ya teníamos en plena tramitación, ¿para qué reiniciar el proceso? Por desgracia, hoy seguimos igual", explica Jordi Bosch, presidente de PATE Productores Audiovisuales, que agrupa a compañías de series, cine y de entretenimiento.

Dos modelos de negocio

"Además, el panorama internacional ha cambiado y alguna parte ha quedado vieja", subraya Bosch, algo en lo que coincide María Luisa Gutiérrez, que preside AECine, que agrupa a las productoras independientes de cine. Gutiérrez señala otro choque que ya asoma en el nombre: Ley del Cine y de la Cultura Audiovisual. "Está lejos de ser un texto de consenso; no con-



Fernando Méndez-Leite, el sábado en la gala de los Goya en Granada. PACO PUENTES

Algunos implicados miran al otoño como horizonte temporal más optimista

"Arrimaremos el hombro, pero con unos mínimos", dice una productora

tenta a los productores, a los distribuidores, a los exhibidores ni a las televisiones... A nadie. Quizás esta ley ha intentado abarcar demasiadas cosas y legislar cine y comunicación audiovisual te lleva a romper el *statu quo*. En el fondo, el modelo de negocio del cine es uno y lleva siendo así más de un siglo, y el de las series es otro muy distinto".

El frágil equilibrio parlamentario ha ralentizado el proyecto. "La aritmética actual del Congreso complica algunos procedimientos", apunta la fuente del Ministerio de Cultura, en manos de Sumar, socio minoritario del Ejecutivo. "En esta legislatura hace falta ir con más cuidado, para no encontrarnos embarranca-

dos", agrega Marc Lamuà Estañol, portavoz del PSOE en la Comisión de Cultura del Congreso. El voto a favor de una ley puede ser divisa de cambio para garantizar el apoyo a otra normativa; cada uno lucha por sus prioridades y los números otorgan poder de veto a cualquier formación. Pero, más allá de intrigas y negociaciones, tanto el socialista como María Soledad Cruz Guzmán García, portavoz del PP en el mismo organismo, se remiten a un hecho: "Ni siquiera se ha planteado aún el debate de las enmiendas a la totalidad". Ambos coinciden, además, en que la pista de despegue está actualmente ocupada por el otro proyecto de ley que impulsa Cultura: la creación de una Oficina de Derechos de Autor. Y ahí también faltan unos cuantos pasos.

En las enmiendas es donde los productores esperan retocar el texto. "Todos estamos por arrimar el hombro para sacarla adelante, pero con unos mínimos que garanticen que podemos seguir trabajando en igualdad de condiciones", apunta Gutiérrez, que señala un tema en especial: "Si seguimos atascados, habrá que afrontar los incentivos fiscales en otros textos, porque no pueden esperar".

"La Comisión de Cultura está muerta. No nos reunimos, no debatimos. Pedimos que se convoque. Esta es una ley que debe tener debate", lamenta la portavoz popular. Sobre el contenido, solo advierte: "Eso tendremos que hablarlo antes internamente". Lamuà tampoco cree que el problema esté en el fondo de la ley: "Cualquier cuestión específica no me consta. Es una ley grande. Tiene que estar muy bien armada. Veníamos de un trabajo muy hecho".

Lamuà repite el aviso que lanzó en una reciente intervención en el Congreso: "Algunos grupos del arco parlamentario prefieren buscar el enfrentamiento con formaciones de pensamiento muy opuesto y estamos perdiendo capacidad de grandes acuerdos". He aquí otro obstáculo en la senda de la ley del cine: la polarización. Desde la industria avisan: las políticas de Trump resuenan en algunos gobiernos europeos, que ya están socavando la excepción cultural europea, protectora del cine continental, en especial el de autor. Ese ruido asusta. El sector cruza los dedos para que el proyecto resista y salga adelante este año. Aunque sea a cámara lenta.

IPs literarias: tácticas y estrategias para adquirir derechos en un mercado cada vez más competitivo

España tiene hoy el mercado más competitivo de IPs literarios de Iberoamérica. Productores y agentes locales detallan sus estrategias para asegurar derechos de libros cada vez más caros debido a la popularidad del contenido en español y a la irrupción de jugadores internacionales en el mercado.



‘Ni una menos’ fue una adaptación del libro de Miguel Sáez Carral

Con una demanda internacional en auge por el contenido de España y unas plataformas cada vez más conservadoras en sus decisiones de programación, los IPs literarios se han convertido en uno de los elementos más buscados por los productores españoles para sacar adelante proyectos audiovisuales.

Pero la combinación de estos dos factores también está trayendo desafíos impensados hasta hace apenas unos años en España, con un escenario cada vez más competitivo para asegurar derechos.

Como intermediario entre los mundos de la producción y la literatura, Scenic Rights es uno de los players más destacados en este terreno. Fundada hace más de 20 años por Focus Group, la agencia se especializa en la venta de derechos de adaptación audiovisual de obras literarias, negociando acuerdos entre autores, editoriales y agencias literarias con los productores interesados en llevar libros a la pantalla.



Sydney Borjas

En el último año, la agencia ha participado de proyectos como la original de Prime Video ‘Reina Roja’ basada en el bestseller del autor español Juan Gómez-Jurado o la original de Netflix ‘La última noche en Tremor’, thriller psicológico que adapta el libro de Mikel Santiago.

“El IP literario en español está atravesando una era dorada”, dice Sydney Borjas, CEO de Scenic Rights. “En España hay una alta demanda de thrillers, comedias y libros basados en hechos reales, como biografías y true crimes”.

Otro de los acuerdos recientes de Scenic Rights tuvo como socio a la productora catalana Isla Audiovisual, que en julio de 2024 anunció la adquisición de los derechos de adaptación de la serie de libros de detectives ‘Kraken’, escritos por la ganadora del Premio Planeta Eva García Sáenz de Urturi.

Conseguir los derechos de la serie ‘Kraken’, que ha vendido cuatro millones de copias y ha sido traducida a 20 idiomas, fue un logro importante para una productora pequeña como Isla Audiovisual, reconoce su CEO, que destaca como factor determinante el trabajo previo con Scenic Rights para la serie de ViX ‘Los artistas, primeros trazos’.

Coproducida por Isla Audiovisual y 360 Powwow, ‘Los artistas’ fue creada directamente para televisión por la autora española María Dueñas (‘El tiempo entre costuras’), representada por Scenic. Y el buen trabajo en conjunto facilitó esta siguiente colaboración.

“Encontrar IPs literarios suele ser muy complicado para una empresa pequeña como la nuestra, porque normalmente es demasiado caro”, señala Manuel Sanabria, director creativo de Isla. “Fue una sorpresa total que los derechos de ‘Kraken’ estuvieran disponibles. Y tuvimos mucha suerte de que Sydney hablara positivamente sobre Isla para llegar a un acuerdo con Eva García”.



‘El libro negro de las horas’

Isla está desarrollando para una plataforma aún no revelada una serie de 6×45 minutos basada en la primera de las novelas de la serie, ‘El libro negro de las horas’. Pero la productora confía en convertir el proyecto en una franquicia de largo recorrido gracias a las dos novelas ya publicadas de ‘Kraken’ y un universo que cuenta con una saga anterior con el mismo personaje.

Sanabria señala que tener acceso a un IP tan establecido podría marcar un antes y un después para la compañía. “La serie tiene el potencial de viajar por todo el mundo, porque los libros de ‘Kraken’ son thrillers universales y comerciales, como ‘El código Da Vinci’ de Dan Brown”.



José Manuel Lorenzo

José Manuel Lorenzo, presidente y fundador de la productora participada por Banijay Iberia, DLO Producciones, es un veterano de las adaptaciones literarias en España.

‘La caza. Monteperdido’, basada en la novela de Agustín Martínez, es probablemente uno de sus ejemplos más exitosos. La serie se estrenó en 2019 en RTVE, que luego la renovó por dos secuelas, ‘La caza. Tramuntana’ y ‘La caza. Guadiana’. En su cuarta entrega saltará a Movistar Plus+, que dio luz verde a ‘La caza. Irati’ para su slate 2025. Además, la serie fue adaptada en Francia por Terence Films y Gétévé Productions para TF1, bajo el título ‘Rivière-Perdue’.

DLO también estrenó en 2020 el drama histórico de Movistar Plus+ y Telemundo Studios ‘Dime quién soy’, inspirado en el libro de espías internacionales de Julia Navarro. Y el año pasado hizo lo propio con ‘Las largas sombras’ junto a Disney+, basado en la novela de Elia Barceló.

Más recientemente, adaptó el libro de Miguel Sáez Carral ‘Ni una más’ para Netflix, que se colocó entre los 20 títulos más vistos durante la primera mitad del 2024 en la plataforma, según su informe ‘What We Watched’.

Sobre cómo asegurar derechos de este tipo, Lorenzo aconseja a los productores desarrollar proyectos basados en sus novelas favoritas en lugar de perseguir “bestsellers sobrevalorados”.

“Me avisan todo el tiempo sobre novelas que están se están por publicar pero, para ser honestos, la mayoría de los libros cuyos derechos adquiero son los que he comprado para leer yo mismo y me apasionan”.

La repentina escalada en el costo de licenciar libros para adaptar se ha convertido en un lamento generalizado en la industria internacional en el último año.



La adaptación de la novela de Agustín Martínez ‘La caza. Monteperdido’ se emitió por RTVE

“El mercado literario se ha disparado de manera loca en respuesta a la naturaleza conservadora de los compradores, que piden conceptos más seguros que hace unos pocos años, cuando estaban más dispuestos a tomar riesgos”, expresó por ejemplo Steve Matthews, head de scripted de Banijay, durante el último Miptv de la historia en abril.

Es una situación similar a la que se vive en España, donde la competencia es tan feroz que los derechos literarios a menudo se adquieren antes de que los libros se publiquen.



Steve Matthews

“Los precios están subiendo y, si quieres ir tras un libro popular, tienes que ser muy agresivo en tu oferta”, dice Iván Díaz, jefe de internacional en la productora y distribuidora Filmax. “Hoy en día, debes involucrarte en una etapa mucho más temprana. No puedes esperar hasta que un libro haya vendido un determinado número de copias antes de intentar obtener los derechos, porque para entonces ya será demasiado tarde”.

Filmax, con sede en Barcelona, ha adaptado numerosos libros tanto para el cine como para la televisión. En 1999, produjo la película de terror ‘Los sin nombre’, basada en el libro de Ramsey Campbell, y ahora está desarrollando una serie de televisión inspirada en el mismo IP.

“En Filmax nos interesan las adaptaciones porque ayuda a comenzar con un IP que ya ha demostrado su valor”, dice Díaz. “A veces un comprador ha leído un libro que estamos presentando y tiene una conexión con él. Eso hace que sea más fácil cerrar un acuerdo porque no tienes que explicar nada sobre el proyecto, ya ven el potencial”.

La productora española Unicorn Content adquirió recientemente los derechos de ‘Mira a esa chica’, ganadora del Premio de Novela Tusquets Editores en 2022 y escrita por Cristina Araújo Gámir.

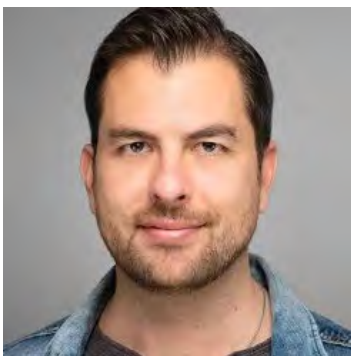
En un entorno cada vez más competitivo, la estrategia de Unicorn para adquirir IPs es construir relaciones cercanas con los autores y eliminar intermediarios como agentes y corredores.



‘Cien años de soledad’

“Lo hacemos todo nosotros mismos porque es importante tener una conexión emocional real con el autor”, explica Víctor García Martín, gerente general de Unicorn Content, productora que forma parte del grupo Mediterráneo Mediaset España. “Si es posible, intentamos ir directamente al autor o editor de un libro”.

“En el caso de ‘Mira a esa chica’, que trata sobre la víctima de una violación en grupo, se trató de comunicarnos con Cristina y comenzar un viaje creativo con respeto y colaboración. La experiencia de Unicorn convenció a la autora de nuestra visión para este proyecto. El dinero importa, por supuesto, pero no siempre es lo más importante”.



Nando Vila

Y con 600 millones de hispanohablantes en todo el mundo, la lucha por conseguir derechos literarios se ha vuelto todavía más difícil con el ingreso al mercado de jugadores internacionales que buscan capitalizar el potencial internacional de los proyectos en español.

Netflix, por ejemplo, invirtió cerca de US\$ 50 millones para adaptar la obra magna del autor colombiano Gabriel García Márquez ‘Cien años de soledad’, un proyecto que se estrenó sobre finales del año pasado y que inmediatamente logró escalar posiciones en el Top 10 internacional de la plataforma.

Sin embargo, otras voces consideran que la situación está lejos de ser dramática para los productores iberoamericanos.

Uno de ellos es Nando Vila, director de estudio de Exile Content Studio, compañía con raíces hispanas pero propiedad de la estadounidense Candle Media, y que se encuentra adaptando un próximo libro del periodista colombiano Daniel Coronell sobre el increíble caso real de cuatro niños que sobrevivieron a un accidente de avión y pasaron 40 días en la selva amazónica.

“El sector del IP literario en español no ha sido tan canibalizado como el mercado de habla inglesa, donde los grandes estudios acaparan los derechos de los libros con potencial. Todavía hay muchas oportunidades para los productores en nuestro mercado. Si eres inteligente, aún puedes encontrar buenas opciones”, afirma.

Neil Batey

11-02-2025

©cveintiuno

El cine español en la encrucijada: más estrenos nacionales en 2024 pero los mismos espectadores en las salas

Por **Redacción AV451** - 4 febrero, 2025

Los resultados de las películas españolas en los cines apenas sufrieron cambios en 2024. Mientras que la cifra de espectadores se estabilizó en torno a 13 millones, en los doce meses, la taquilla se incrementó mínimamente un 1,5 por ciento, hasta alcanzar los 82,2 millones de euros, tan solo 1,2 millones de euros más que en 2023 (81 millones de euros), pero ¡ojo!, con el mismo número de espectadores.

Los exhibidores no pueden estar demasiado contentos con el devenir del sector, porque si el producto nacional no acabó de arrancar del todo, si se añaden a la ecuación los títulos internacionales la cosa pinta incluso peor, ya que el año pasado los cines españoles recaudaron en su conjunto 477 millones de euros, con todas las películas locales y extranjeras, un 2,2 por ciento menos que en el año 2023 (487,5 millones de euros), según datos de **Comscore Spain**.

TOP 10 Cine en España

Rank	Título	Distribuidora	Fecha Estreno	Recaudación €	Espectadores
1	Del Reves 2 (Inside out 2)	Walt Disney	19/06/2024	45.539.329 €	6.895.262
2	Deadpool y Lobezno	Walt Disney	25/07/2024	23.986.558 €	3.346.184
3	Gru 4 mi villano favorito	Universal	03/07/2024	20.747.871 €	3.236.583
4	Gladiator II	Paramount Int'l	15/11/2024	19.591.300 €	2.715.601
5	Vaiana 2	Walt Disney	29/11/2024	17.043.897 €	2.453.416
6	Dune: Parte Dos	Warner Bros	01/03/2024	13.890.747 €	1.830.811
7	Padre no hay mas que uno 4	Sony	17/07/2024	13.442.979 €	2.179.045
8	Robot salvaje	Universal	11/10/2024	10.373.875 €	1.616.676
9	Kung Fu Panda 4	Universal	08/03/2024	9.805.951 €	1.442.850
10	Romper el círculo	Sony	09/08/2024	8.690.135 €	1.316.416

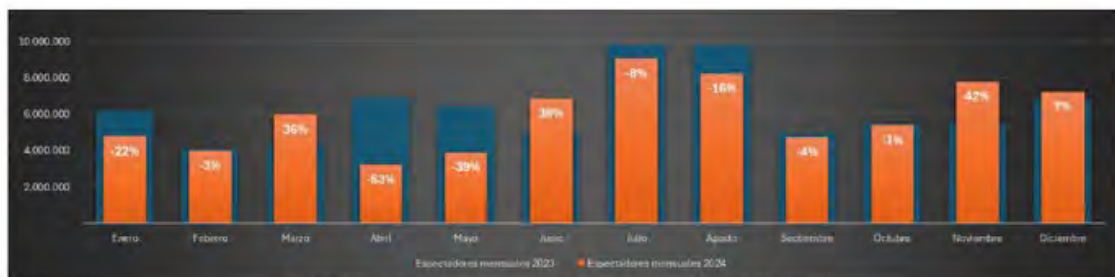
TOP 10 Cine Español

Rank	Título	Distribuidora	Fecha Estreno	Recaudación €	Espectadores
1	Padre no hay mas que uno 4	Sony	17/07/2024	13.442.979 €	2.179.045
2	Infiltrada, La	Beta Fiction	11/10/2024	8.104.701 €	1.273.670
3	Buffalo Kids	Warner Bros	14/08/2024	5.226.849 €	837.052
4	Odio el verano	Sony	23/08/2024	5.211.627 €	818.250
5	Familia Benetton, La	Beta Fiction	22/03/2024	4.067.728 €	622.534
6	Ocho Apellidos Marroquis	Universal	01/12/2023	3.921.510 €	577.354
7	47, El	A Contracorriente	06/09/2024	3.252.947 €	505.060
8	Casa en llamas	Vercine	28/06/2024	3.068.596 €	456.793
9	Menudas piezas	Paramount Int'l	12/04/2024	2.546.827 €	387.581
10	Habitacion de al lado, La	Warner Bros	18/10/2024	2.425.071 €	395.007

Se sigue detectando una importante saturación de cine español en las salas cada fin de semana, lo que implica en muchos casos tener menos salas, más reducidas y peores sesiones. El año pasado se exhibieron en las salas comerciales un total de 558 títulos producidos en España, de los cuales 342 fueron estrenos, mientras que el resto, hasta completar esa descomunal cifra eran películas arrastradas de 2023 y reestrenos de años anteriores, algunos de décadas atrás. Esto significa que se estrenaron 35 filmes españoles más que en el ejercicio anterior y que se lanzaron cada semana en los cines casi siete películas nacionales (y eso solo contando las novedades, porque la media semanal sería superior a diez con todos los títulos exhibidos), una barbaridad difícilmente asumible por el mercado actual y, lo peor de todo, el dato no deja de crecer, porque en 2023 la media semanal de cine español en las salas era un poco inferior al actual, de seis títulos, concretamente.

Para confirmar el crecimiento, cabe señalar que en 2023 fueron 504 títulos nacionales de los cuáles 307 fueron estrenos de ese año. En 2022 se comercializaron en los cines españoles también cerca de medio millar de títulos (498, concretamente), de los cuales 313 eran estrenos nacionales de ese año, más que en 2021 cuando fueron exhibidos en los cines españoles 479 títulos nacionales, de los cuales 302 eran estrenos ese año. En 2020 se estrenaron en España en un total 197 títulos nacionales y 219 en 2019. Además, en todo 2020, un total de 292 películas españolas se explotaron en las salas comerciales, no solo estrenos de ese ejercicio, mientras que en 2019 los cines proyectaron 304 películas autóctonas, de ese año y anteriores.

Curiosamente, **la cifra de recaudación de 2024 de las películas españolas, esos 82,2 millones de euros, se parece mucho a la de 2022**, lo que afianza también la idea general de un cierto estancamiento en el sector. Porque el cine español en su conjunto superó los 82,7 millones de euros en 2022, el doble que el año 2021 cuando se registraron 41,4 millones de euros. En cuanto a la cifra de espectadores, acudieron a ver cine español en 2022 más de 13,8 millones de espectadores, frente a los siete millones de 2021. En 2020 fueron 43 millones de euros los contabilizados por el cine nacional, con 7,4 millones de entradas vendidas. Eso sí, en 2019 la producción nacional superó los 92 millones de euros en taquilla y eso que esas fueron entonces las peores cifras para el cine español desde el lejano 2013, cuando se registraron solo 70,1 millones de euros.



Evolución mensual de espectadores 2024 vs 2023

Más atrás en el tiempo, en 2018 el cine español superó los 100 millones de euros y los 17 millones de espectadores, con un total de 309 títulos, de los cuales 217 se estrenaron ese mismo año. En 2017, la producción nacional en su conjunto logró 103,7 millones de euros y registró 17,3 millones de entradas. En 2016, la taquilla nacional alcanzó unos 110 millones de euros, con 18,3 millones de espectadores, mientras que en 2015 y 2014 el cine nacional lograba 111,7 millones de euros y 18,6 millones de espectadores y 131,8 millones de euros y 22,4 millones de espectadores, respectivamente.

Lo que sí se observa en 2024 es una mayor variedad entre las películas españolas de más éxito. El año pasado la cada vez más habitual dictadura de las comedias familiares se atenuó un poco, porque solo seis filmes de este perfil entraron el 'Top 10' de cine español, mientras que en 2023 eran nueve las comedias familiares entre los diez títulos nacionales más exitosos. En 2024, se cuelan producciones alejadas de esa moda como 'La infiltrada', 'El 47', 'Casa en llamas' y 'La habitación del al lado', más dirigidas a un público adulto. Esto es, dramas, thrillers y comedias adultas rompen una dinámica instalada últimamente en las salas comerciales, cuando de cine local se trata.

Eso sí, la variedad de géneros no evita la concentración de la taquilla en unos pocos títulos, de hecho en 2024 se acentúa esa tendencia. Las cinco películas españolas más taquilleras de 2024 recaudaron casi el 44 por ciento (36 millones de euros), de todo lo recaudado por el cine español. Si ampliamos a diez producciones, se superan los 50 millones de euros, es decir, un 61,5 por ciento de lo conseguido por toda la producción nacional.



'Padre no hay más que uno 4'.

Y las veinte películas españolas más taquilleras de 2024 (65,6 millones de euros) representan el 80 por ciento de lo recaudado por el cine español, y si es el 'Top 25' lo que se evalúa, ese porcentaje se eleva hasta el 84 por ciento (69,2 millones de euros). Cabe recordar, para contextualizar mejor estos datos, que se estrenaron 342 largometrajes nacionales en 2024.

En 2023, los cinco títulos nacionales más taquilleros recaudaron el 48 por ciento de todo el cine español, 39 millones de euros. Si se ampliaba esa lista al 'Top 10', esos diez primeros títulos lograron 54 millones de euros, que son el 67 por ciento de lo recaudado por todas las películas españolas el año pasado. Y el 'Top 20' nacional supuso 65,5 millones de euros o lo que es lo mismo, el 81 por ciento de todo lo recaudado por el cine español. Más de lo mismo.

En 2022, cinco títulos recaudaron más de la mitad de todo lo logrado por el cine español en cines, más de 42,2 millones de euros. Si se alarga esa lista a diez, ese porcentaje era de casi el 66 por ciento de la taquilla de todo el cine español de 2022, es decir, 54,3 millones de euros. Las diez películas locales más taquilleras de 2021 sumaron una recaudación conjunta de 30,8 millones de euros, lo que supuso entonces casi el 75 por ciento de lo recaudado por todo el cine español. Y el 57 por ciento, correspondió a las cinco primeras producciones de 2021. Siguiendo con la evaluación, las diez películas españolas más taquilleras de 2020 consiguieron una taquilla conjunta superior a los 33 millones de euros, que fue el 77 por ciento de todo lo recaudado por el cine español en los 12 meses de ese año 2020, aunque durante tres meses los cines permanecieron cerrados. Finalmente, el 'Top 10' nacional recaudó en 2019 el 72,3 por ciento de todo el cine español.

El año pasado, un total de 21 películas españolas superaron el millón de euros, cinco más que el año 2023. Hubo en 2024 un título nacional con más de 13,4 millones de euros, otro con más de ocho millones de euros, dos producciones por encima de los 5,2 millones de euros, una con más de cuatro millones de euros, tres con más de tres millones de euros, otras tres por encima de los dos millones de euros y, finalmente, nueve títulos locales superaron también el millón de euros.

En 2023, 16 producciones españolas recaudaron más de un millón de euros. Hubo una producción con casi 12 millones de euros, otra con cerca de nueve millones, una con 7,4 millones de euros, una con seis millones de euros, una con 4,8 millones de euros, otra más con cuatro millones, una con 3,3 millones de euros, otra con 3,2 millones de euros, una más con 1,4 millones de euros, dos con más de 1,3 millones de euros recaudados y otras dos con 1,1 millones de euros.

En 2022 hasta diez largometrajes españoles recaudaron más de dos millones de euros y 18 superaron el millón de euros. Por partes, una producción recaudó más de 15 millones de euros, otra se acercó a los seis millones, dos más lograron más de cuatro millones de euros, otra se fue por encima de los 3,5 millones de euros, cuatro superaron los dos millones de euros y ocho contabilizaron por encima del millón de euros.



‘La infiltrada’

Y en 2021 solo 11 películas españolas superaron el millón de euros, una estuvo por encima de los ocho millones, otra logró más de cinco millones, otras dos superaron los tres millones y dos más los dos millones de euros. En 2020, cuatro títulos superaron el millón de euros, dos más estuvieron cerca de esa cifra, otro se acercó a los tres millones de euros, otro más a los cuatro y uno superó los seis millones de euros.

En 2019, una película española superó los 14 millones de euros, dos filmes los 11 millones y uno más estuvo cerca. Otra producción rozó los 5,8 millones de euros, otra los 3,6 millones de euros y cinco más superaron los dos millones. En definitiva, en 2019, un total de 19 títulos nacionales recaudaron más de un millón de euros. En 2018 fueron veinte los títulos españoles que superaron el millón de euros, pero hubo una película con más de 19 millones de euros (‘Campeones’), otra con más de 10,6 millones, dos con ocho millones, otra con más de seis millones, dos por encima de cinco millones, otra con 4,5 millones, tres con más de tres millones de euros y otra más con más de dos millones de euros.

En los doce meses de 2024, la cuota de mercado del cine español también tuvo un leve incremento respecto a 2023. **El año pasado la cuota de mercado de las películas españolas alcanzó el 17,2 por ciento**, mientras que en 2023 ese porcentaje fue del 16,5 por ciento. La cuota de mercado del cine español en 2022 fue del 22 por ciento, varios puntos por encima de la de 2021, que fue 16,5 por ciento y siete puntos inferior a la de 2020, que rebasó el 25 por ciento. En 2019 la cuota de mercado de las películas nacionales quedó fijada en un 15 por ciento. En 2018 se situó en el 17,7 y en un 17,3 por ciento en 2017. En el año 2016 los filmes nacionales se llevaron el 18,1 por ciento del pastel de la recaudación y un 19,42 por ciento en 2015.



‘Buffalo Kids’

Atresmedia lidera la taquilla en 2024

Atresmedia Cine lideró el año pasado la taquilla española. Las trece películas estrenadas a lo largo de 2024 por la productora cinematográfica de Antena 3 suman más de 40 millones de euros y más de seis millones de espectadores, lo que representa cerca de la mitad de la cuota de mercado del cine español y la mejor recaudación de la productora en ocho años.

De hecho, cinco de las diez películas españolas más taquilleras de 2024 cuentan con la participación de Atresmedia Cine, incluyendo las tres películas españolas con mayor recaudación del año: ‘Padre no hay más que uno 4’, ‘La infiltrada’ y ‘Buffalo Kids’.

‘Padre no hay más que uno 4’ es la película española más taquillera de 2024 con mucha diferencia. La comedia familiar de Santiago Segura ha recaudado más de 13,4 millones de euros de taquilla y es la única película española que superó los dos millones de espectadores en 2024.

‘La infiltrada’ superó el año pasado los ocho millones de euros y más de un millón de espectadores y se ha afianzado en la segunda plaza del ranking nacional, mientras que el filme de animación ‘Buffalo Kids’ superó el año pasado los 5,2 millones de euros y fue la tercera película española más taquillera de 2024. Por su parte, ‘La familia Benetón’ recaudó en 2024 cuatro millones de euros, para ser quinta en la lista. ‘Casa en llamas’ alcanzó los tres millones de euros, 20 veces más que la recaudación de su primer fin de semana en cartelera y fue la octava película española más taquillera del año. Además, ‘Guardiana de dragones’, ‘Valle de sombras’, ‘Marco’, ‘¿Quién es quién?’ y ‘Políticamente incorrectos’ han superado el millón de euros de recaudación. En total, las películas de Atresmedia acaparan la mitad del ‘Top 20’.



‘Odio el verano’

Si nos fijamos en el ‘Top 25’ nacional, RTVE cuenta con siete filmes apoyados en esa clasificación: ‘El 47’, ‘Pídeme lo que quieras’, ‘El correo’, ‘Cuerpo escombros’, ‘Escape’, ‘Un lío de millones’, ‘La casa y ‘Los destellos’. Telecinco Cinema vuelve a perder cuota ya que entre las 25 películas españolas más taquilleras de 2024 tan solo mete cuatro filmes: ‘Odio el verano’, ‘Ocho apellidos marroquíes’, que es una película estrenada en 2023, ‘Menudas piezas’ y ‘El otro barrio’.

En lo que respecta a plataformas, **Movistar Plus+ está en 14 títulos**, Netflix en media docena, Prime Video en tres y Max participa en una película española del ‘Top 20’ nacional de 2024. Se da la circunstancia que dos títulos son originales de plataformas, se trata de ‘Soy Nevenka’ de Movistar Plus+ y ‘La virgen roja’ de Prime Video. También cuenta con el apoyo de Movistar Plus+ ‘La habitación de al lado’.

En 2023, RTVE estaba presente en nueve producciones nacionales, incluyendo la que se situaba en el número uno (‘Campeonex’). Seis eran de Atresmedia en ese ‘Top 20’. Tres películas de las veinte más exitosas correspondían a Mediaset en 2023. Movistar Plus+ estaba presente en un total de 11 títulos del ‘Top 20’ nacional de 2023, mientras que Netflix participaba en dos producciones españolas del ‘Top 20’, Prime Video en tres y HBO en una de esa lista de éxito de hace dos años.

Por distribuidoras, Warner Bros. tuvo tres películas en el ‘Top 20’ nacional del año pasado (‘Buffalo Kids’, ‘La habitación de al lado’ y ‘Pídeme lo que quieras’), la misma cantidad que The Walt Disney Company (‘Valle de sombras’, ‘Cuerpo escombros’ y ‘Soy Nevenka’). Por su parte, Sony Pictures distribuyó dos de las veinte películas españolas más taquilleras de 2024 (‘Padre no hay más que uno 4’ y ‘Odio el verano’),

como Universal Pictures, que situó dos títulos en ese 'Top 20' de cine español de 2024 ('Ocho apellidos marroquís', estrenada en 2023, y 'El correo'), al igual que Beta Fiction ('La infiltrada' y 'La familia Benetón'). También A Contracorriente ('El 47' y 'Dragonkeeper') y DeAPlaneta ('Quién es quién' y 'Políticamente incorrectos') aparecen en el 'Top 20' de cine nacional con dos películas. Y con un único título en el ranking de las veinte producciones españolas de más éxito de 2024 están Vercine ('Casa en llamas'), Paramount ('Menudas piezas'), Elástica ('La virgen roja') y BTeam Pictures ('Marco').



‘La familia Benetón’

En 2023, Universal situó cuatro producciones en el 'Top 20', incluyendo las dos primeras posiciones del ranking. Por su parte, Warner Bros. distribuyó seis de las películas españolas del 'Top 20' de 2023. Sony Pictures lanzó dos películas del 'Top 20' nacional, igual que The Walt Disney Company, Filmax y A Contracorriente. Finalmente, Tripictures y BTeam entraron en el 'Top 20' de cine español con un único título cada una y ya en posiciones bajas de la lista de éxito.

Santiago Segura, el principal baluarte del cine español

Lo dicho, la película española más taquillera de 2024 fue de nuevo un comedia familiar dirigida por Santiago Segura. 'Padre no hay más que uno 4' (Sony Pictures) recaudó el pasado año más de 13,4 millones de euros, con casi 2,2 millones de espectadores. Las anteriores entregas de la saga familia liderada por Santiago Segura fueron siempre las películas más taquilleras del año. 'Padre no hay más que uno 3' lideró la taquilla del cine español en 2022, con 15,6 millones de euros y 2,7 millones de espectadores.

‘Padre no hay más que uno 2: la llegada de la suegra’ fue también la película española más taquillera de 2020, con casi 13 millones de euros y más de 2,3 millones de espectadores, mientras que la entrega que inauguró la franquicia también protagonizada por el propio Segura, junto a Toni Acosta, Silvia Abril y Leo Harlem se convirtió igualmente en la producción española más taquillera de 2019, con más de 14,2 millones de euros, con 2,5 millones de espectadores. Cabe señalar además que en el año 2021 otro filme ‘Made in Segura’, ‘A todo tren. Destino Asturias’, lideró la taquilla nacional, con 8,5 millones de euros y 1,5 millones de espectadores.

Pero su influencia incluso va mucho más allá, a través de su propia productora Bowfinger. Junto a su socia, la productora María Luisa Gutiérrez, además de volver a fabricar el número uno nacional del año, está presente con Bowfinger en otras dos de las películas españolas más taquilleras de 2024, la que **ocupa la segunda plaza del ranking nacional del año pasado, el thriller de Arantxa Echevarría ‘La infiltrada’** (Beta Fiction), con 8,1 millones de euros y 1,2 millones de espectadores largos, y el título ubicado en el quinto lugar, otra comedia familiar: ‘La familia Benetón’ (Beta Fiction), con cuatro millones de euros y 622.500 espectadores. Con estos tres títulos, la productora Bowfinger ha recaudado el 31 por ciento de toda la taquilla del cine español, que representa más de 25,6 millones de euros.



‘Ocho apellidos marroquís’

Volviendo al ranking, el **podio nacional de 2024 lo completa otro título de Atresmedia Cine, ‘Buffalo Kids’** (Warner Bros.) de Juan Jesús García Galocha ‘Galo’ y Pedro Solís García, con 5,2 millones de euros y 837.000 entradas vendidas.

La cuarta posición es para ‘Odio el verano’ (Sony Pictures) de Juan Jesús García Galocha y Pedro Solís García, que recaudó también más de 5,2 millones de euros, con 818.000 espectadores.

Ya en el sexto puesto aparece una película estrenada en 2023, ‘Ocho apellidos marroquí’ (Universal Pictures) de Álvaro Fernández Armero, con 3,2 millones de euros y 483.500 entradas vendidas, datos que se suman a los más de 8,8 millones de euros y 1,3 millones de espectadores logrados solo en el mes de diciembre de 2023, que la alzaron a la segunda plaza del ranking nacional de ese año.

‘El 47’ (A Contracorriente Films) de Marcel Barrena es la séptima película española más taquillera de 2024 con 3,2 millones de euros y medio millón de espectadores. Justo después entró ‘Casa en llamas’ (Vercine) de Dani de la Orden, con tres millones de euros y 457.000 entradas vendidas. En la novena posición se sitúa la comedia familiar ‘Menudas piezas’ (Paramount) de Nacho G. Velilla, con 2,5 millones de euros y 387.000 espectadores, y cierra el ‘Top 10’ nacional de 2024 ‘La habitación de al lado’ (Warner Bros.) de Pedro Almodóvar, con más de 2,4 millones de euros y 396.000 espectadores.

La taquilla general cayó un 2,2 por ciento en 2024

La taquilla general en los cines españoles se redujo un 2,2 por ciento el año pasado, hasta situarse en 477 millones de euros, que son 10,5 millones menos que en 2023. La asistencia al cine en España se redujo en ese mismo periodo un 5,6 por ciento, pasando de los 75 millones contabilizados en 2023 a los 71 millones del pasado año.



‘El 47’

Según Comscore Spain, esos cuatro millones de euros de diferencia son achacables en gran medida a los efectos de la huelga de guionistas y actores en Estados Unidos iniciada en 2023, que provocó el retraso a 2025 de buena parte de los grandes estrenos internacionales previstos para 2024. Mientras que el primer semestre del año pasado los cines cerraron con una caída del 13 por ciento respecto al año anterior, la segunda mitad del año se recuperó terreno respecto al mismo periodo de 2023, y se espera que esta tendencia al alza, iniciada en el segundo semestre de 2024, se mantenga también en el inicio del presente año 2025.

Retrocediendo un poco más, la asistencia a salas de cine en España en todo 2022 se elevó un 45 por ciento respecto al año anterior. En 2022, 61,2 millones de espectadores visitaron los cines españoles, mientras la taquilla se situó en 379 millones de euros, un 51 por ciento más que en 2021, con un incremento de 128 millones de euros respecto a 2021. Porque la taquilla cinematográfica total en España entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2021 alcanzó la cifra de 251 millones de euros, muy por encima de los 170 millones de euros contabilizados en 2020.

Y en 2019, un año especialmente bueno para los cines, la taquilla total se acercó a los 615 millones de euros, un hito histórico, porque desde el año 2016 no se superaban los 600 millones de euros. En 2011 la taquilla total superó los 635 millones de euros y desde entonces solo otra dos veces más se alcanzaron los 600 millones de euros, en 2016 y 2019. Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019 los cines contabilizaron 105 millones de espectadores.

El 'Top 10' en España durante 2024 sumó en su conjunto 183.113.000 euros, lo que supone el 38,4 por ciento de la taquilla total del año pasado. En 2023 fueron cerca de 181 millones de euros en total y la cuota de esos diez primeros títulos fue del 37 por ciento, un punto y medio inferior a 2024. Si el año 2023 solo había una producción local en el 'Top 10' general ('Campeonex'), en 2024 la historia se repite con 'Padre no hay más que uno 4', que ocupó la séptima plaza por delante de blockbusters como 'Robot Salvaje' y Kung Fu Panda 4'.

Por cierto, excepto dos filmes ('Robot Salvaje' y 'Romper el círculo') los otros ocho largometrajes de más éxito de 2024 son secuelas, con un predominio de filmes de animación (5 en total), películas de acción (3), una comedia familiar y un drama romántico.

Volvió a subir el precio medio de la entrada de cine en 2024, hasta 6,7 euros. El precio medio de la entrada en 2023 creció entonces hasta 6,5 euros. En 2022 se acercó a 6,2 euros, una cifra parecida a la de 2021, cuando quedó fijado en 6,1 euros, y también unas décimas por encima al de los años anteriores (5,9 euros).

La asistencia media en 2024 bajó hasta 1,46 veces por habitante al año. En 2023 estuvo por encima de 1,5 veces por habitante al año. La asistencia media a los cines por habitante al año en 2022 se acercó a 1,3 veces, mientras que en 2021 fue de 1,1 veces por habitante al año, frente a 1,6 veces de 2020. Cabe recordar que en 2019, los españoles acudían más de dos veces al año al cine de media y en 2018 esa frecuentación media anual era también de dos veces por habitante.



‘Casa en llamas’

Por otro lado, el avance de resultados de 2024 de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2024-2025 destaca que **el 48,8 por ciento de la población asistió al cine en el último año**. Entre aquellos que asistieron al cine, las preferencias se inclinan por las comedias y por películas de acción, 17,8 por ciento y 16,1 por ciento respectivamente. En el caso de la ciencia ficción el porcentaje es del 13,9 por ciento, el drama el 11,3 por ciento, y el cine de aventuras, el 5,6 por ciento. Es notable la población que opta por películas infantiles, 9,4 por ciento o de animación o dibujos animados, 5,6 por ciento y cuatro por ciento, respectivamente.

El público escoge una película de cine, fundamentalmente, por el tema, el 36,3 por ciento, y, en segundo término, por los actores, el 18,2 por ciento, seguido de la opinión de familiares y amigos, el 10 por ciento y de la de los hijos, 9,2 por ciento. La población que asistió al cine registró también una alta satisfacción, por término medio 8,1 puntos sobre 10.

La animación fue la tabla de salvación del cine mundial en 2024 y, lógicamente, España no se quedó al margen. La película más taquillera en nuestro país fue ‘Del Revés 2’ (The Walt Disney Company), que recaudó más de 45,5 millones de y casi siete millones de espectadores. La secuela de Pixar registró el mejor fin de semana de estreno para una película de animación de la historia en España. También fue la mejor apertura de una película en 2024 y la mayor desde el estreno de ‘Avatar: el sentido del agua’ (The Walt Disney Studios), el 16 de diciembre de 2022.

La segunda plaza fue también para otra película Disney, en este caso del universo Marvel. **‘Deadpool y Lobezno’** (The Walt Disney Company), que contabilizó en 2024 alrededor de 24 millones de euros y 3,3 millones de espectadores. El podio lo completa el filme de animación **‘Gru 4. Mi villano favorito’** (Universal Pictures), con 20,7 millones de euros y 3,2 millones de entradas vendidas.

La cuarta plaza del ranking general la ocupa **‘Gladiator II’** (Paramount), que recaudó 19,6 millones de euros y fue vista por 2,7 millones de espectadores. Otra película de animación y también de la Factoría del ratón Mickey es la quinta en la lista: **‘Vaiana 2’** (The Walt Disney Company), que logró más de 17 millones de euros y 2,4 millones de espectadores.



‘Menudas piezas’

Tras unos años donde priorizó el lanzamiento de la plataforma Disney+, la multinacional más importante del mundo del entretenimiento ha vuelto a otorgar la importancia que se merece la sala de cine. The Walt Disney Company ha sido la distribuidora número uno en 2024 en España y a nivel internacional. En España ha estrenado tres de las películas más taquilleras del año, incluyendo el número uno y el dos, y se ha mantenido 33 días consecutivos en lo más alto del ranking, desde el pasado 29 de noviembre hasta el 31 de diciembre, entre otros hitos. A nivel mundial, ha sido el primer estudio en superar los 5.000 millones de dólares en todo el mundo desde 2019.

Otras curiosidades del mercado español apuntan que el mejor fin de semana del año fue del 6 al 8 de diciembre con una recaudación de 9,6 millones de euros. La semana del año con una mayor asistencia de espectadores se registró del 21 al 27 de junio (semana cinematográfica) con un total de 2,4 millones de espectadores. Por último, el día de mayor asistencia del año fue el 3 de julio con 656.193 espectadores.

Las 10 provincias con un mayor número de espectadores fueron: Madrid (21,2%), Barcelona (13,9%), Valencia (6,4%), Alicante (4,1%), Sevilla (3,8%), Málaga (3,8%), Murcia (3,4%), Cádiz (2,5%), Islas Baleares (2,5%) y Vizcaya (2,4%).

David Rodríguez, director general de Comscore Movies para España y Portugal, apuntó hace unos meses que las previsiones eran que la taquilla mundial a finales de 2024 fuera un seis por ciento inferior a la de 2023, hasta 31.400 millones de euros, frente a los 31.700 millones recaudados el año pasado. Si se excluye a China la merma sería solo del dos por ciento y en la región EMEA se mantendría una taquilla de unos 9.000 millones de euros, prácticamente sin cambios respecto a 2023.



‘La habitación de al lado’

La cifra de cines y pantallas permaneció estable en España en el último año

AIMC, la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, presentó en mayo una nueva edición de su Censo de Salas de Cine, en el que se reflejan las últimas tendencias del sector de exhibición en España. Este estudio toma como base el censo anterior, del 1 de mayo de 2023. Las unidades básicas del análisis son nuevamente locales de exhibición, pantallas/salas y butacas, estableciéndose como referencia la situación en España del sector hasta el pasado 1 de abril de 2024.

El número de cines en España aumentó en 2024 en una unidad respecto al año anterior, pasando de 751 a 752 (+0,1%), manteniéndose el nivel que se alcanzó en 2023 y que no se veía desde 2012. Por otra parte, el número de salas/pantallas se sitúa en 3.560, lo que supone una ligera disminución de 31 pantallas (-0,9%) respecto al anterior censo, con 68 altas y 99 bajas. No obstante, la cifra es parecida a la de los últimos años y se puede observar cómo desde 2019 su número se ha estabilizado, con pequeños altibajos, en torno a las 3.600 unidades.

En lo que respecta al número butacas, la cifra se fija en 738.053, que supone un descenso de 12.698 (-1,7%) respecto al estudio de 2023. Si se compara con el dato registrado en 2015, el descenso acumulado es algo mayor, con la desaparición de 60.199 butacas (-7,5%) en los últimos 9 años.

La media de butacas por sala/pantalla es de 208 unidades (dos menos que en 2023 y diecisiete menos que en 2014) y cada local tiene de media 4,7 salas (una décima menos que en 2023 y seis menos que en 2014). En consecuencia, el promedio del total de butacas por local de cine (incluyendo todas las salas) también ha descendido, de las 1.203 butacas de 2014 a las 988 actuales. En el caso de los cines de verano, el aforo por pantalla suele ser mayor, con 533 butacas de media frente a las 199 de los convencionales. Sin embargo, el promedio de salas por local en este tipo de cines es inferior: 1,1 salas frente a las 5,2 de los convencionales.



‘Del revés 2’

Un 51,9 por ciento de los cines (es decir, un total de 390), cuentan con más de una sala/pantalla, apreciándose descensos de 0,4 puntos en comparación con 2023 y de 8,0 puntos respecto a 2014. Otro dato relevante es que prácticamente la mitad de las salas/pantallas (48,4%) se encuentran en locales de 10 o más salas, y una de cada cuatro (25,7%) en locales de 7 a 9 pantallas.

El Censo de Salas de Cine de AIMC del año 2024 muestra que prácticamente dos de cada tres españoles (63,6%, -0,2 puntos en un año) reside en una localidad que cuenta con, al menos, un cine. A pesar de la pequeña caída, la cifra es 2,4 puntos superior a la de 2016.

Asimismo, el número de municipios con cine también se ha visto ligeramente reducido, al pasar de 493 en 2023 a 491 en la actualidad, que suponen un 6,0 por ciento respecto al total. No obstante, existen 54 municipios con cine más que en 2016. En promedio, existen aproximadamente 1,5 locales y 7,5 salas por municipio con cine.

Por otro lado, el 68,8 por ciento de las salas (2.449) se localizan en poblaciones de más de 50.000 habitantes. Además, el 94 por ciento de las personas que viven en estos municipios tienen cine en su localidad, frente a los individuos de poblaciones menores de 50.000 habitantes, donde sólo el 29 por ciento dispone de él.

Las comunidades con mayor número de salas son Andalucía (625), Cataluña (572) y Madrid (544), y juntas aglutinan prácticamente la mitad de las existentes en España. El ranking por provincias está liderado por Madrid (544 salas), seguida de Barcelona (388), Valencia (212), Alicante (170), Sevilla (154), Málaga (134), Murcia (124) y Cádiz (103).



‘Deadpool y Lobezno’

En España, existen aproximadamente 74 salas de cine por cada millón de habitantes, dos menos que en la anterior entrega del Censo y cuatro inferior a la cifra de hace diez años. Las comunidades con mayor densidad de salas, con 80 o más por millón de habitantes, son: La Rioja (115), Navarra (91), País Vasco (90), Comunidad Valenciana (80) y Murcia (80). En cuanto a las provincias con mayor densidad de salas son, por orden, Soria, La Rioja, Salamanca, Tarragona, Ciudad Real, Álava y Guipúzcoa, que igualan o superan las 95 salas por millón de habitantes.

En el lado opuesto, se encuentran las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla (47) y las comunidades de Extremadura (61), Canarias (62), Galicia (65) y Aragón (66). Por otro lado, las provincias que cuentan con una menor concentración de salas por millón de habitantes son Melilla, Zamora, Teruel, Segovia, Ourense y Toledo, donde ninguna supera las 50.

En términos de aforo, la densidad media es de aproximadamente 15 butacas por cada 1.000 habitantes, una menos que en el Censo de 2023 y tres butacas menos respecto al estudio de 2014.

ENTREVISTAS

Pablo Nogueroles y Mercedes Gamero: “Había una oportunidad en el mercado español para un distribuidor independiente fuerte como Beta Fiction”

febrero 11, 2025 | por Admin



Mercedes Gamero y Pablo Nogueroles, responsables de Beta Fiction

Pablo Nogueroles: Beta tiene participación en más de 30 compañías, principalmente en Europa, y la mayoría son productoras tanto de televisión como de cine. Nosotros veíamos que había una oportunidad en el mercado para un distribuidor independiente fuerte. Nosotros recordamos la época de distribuidores potentes como Lauren Films o Alta Films que tenían fuerza en el cine local.

En los últimos años las *majors* se habían hecho con ese hueco de cine local. Desde Warner impulsamos mucho el cine local y el resto de majors se sumaron al carro, dejando al margen a los independientes. Por tanto, nuestra sensación es que había un hueco para coger ese cine español comercial de calidad y tratar de llevarlo a una posición donde puede estar perfectamente.

Todo ello, complementado con otras cinco o seis películas internacionales que compremos en mercados para tener un line-up anual de 12 películas. Nos gustaría tener una película al mes, que es la capacidad que tenemos para gestionar. Somos agnósticos en cuanto a géneros pero sí que queremos que sea comercial y de calidad, que pueda tener un lanzamiento que, con un P&A adecuado, pueda llegar a un número amplio de espectadores, al menos 200.000 espectadores. No somos un distribuidor o productor de cine arthouse o cine más de nicho.



‘La infiltrada’, distribuidora y coproducida por Beta Fiction

M.G.: España es una anomalía porque en el resto de Europa, tanto Francia, Italia o Alemania, la producción local lo llevan los distribuidores independientes, normalmente no lo llevan los estudios.

P.G.: Siendo un independiente, sobre todo si también tienes intención de producir, puedes cuidar esas películas desde el principio, de trabajar en ellas desde la idea porque no eres simplemente alguien al que le entregan una película y tiene que buscar una fecha, hacer una campaña de marketing de medios y lanzar la película. Estás muy involucrado desde el principio y, para lo bueno y para lo malo, eso hace que estés tú en control de tu destino.

A los alemanes les pareció una buena idea y vieron que tenía que tenía sentido.

Rubik: ¿Qué grado de autonomía tenéis respecto a la matriz alemana? ¿Y con la división de entretenimiento tenéis relación?

P.G.: Cada división va por su lado, somos dos compañías completamente diferentes sólo que tenemos una matriz común. Tenemos buena relación, somos amiguetes y nos apreciamos pero incluso estamos físicamente en oficinas diferentes. Además, aunque quisiera, no sabría ni por dónde empezar con lo que hacen ellos.

Nosotros siempre hemos trabajado en cine. Incluso Mercedes, aunque ha trabajado en una televisión generalista, compraba principalmente cine. La idea de producir series de ficción también nos parece interesante y de hecho ya hemos realizado una serie para Atresmedia como *Mar afuera*. Pero el cine, evidentemente, es nuestro fuerte y es donde nos desenvolvemos mejor y donde tenemos buenos contactos en la comunidad creativa. Nos gusta trabajar con ellos y queremos ayudar en el proceso creativo a que tengan un lugar en el que reflejarse y un lugar en el que poder rebotar ideas.

En cuanto a Beta, estamos encantados con la relación con ellos. Tenemos unas reuniones periódicas anuales, pero somos completamente autónomos y nos dejan hacer. Afortunadamente, nos está yendo bien y eso siempre ayuda. Ellos te apoyan mucho y también estamos muy interesados en su catálogo de IPs, como ha ocurrido con *Mar afuera*, ya que tienen un montón de títulos más que me parecen interesantes.



‘El conde de Montecristo’ (Beta Fiction)

M.G.: También es enriquecedor el diálogo con otras productoras del grupo, ya sean escandinavas, alemanas, italianas, etc. Es útil reunirse con gente que hace cosas similares en otros países. Por ejemplo, hablar con los productores de *La emperatriz*, la serie de Netflix ganadora del Emmy, o con la productora de los hijos de Marco Bellocchio. Compartes ideas y, en algún momento, eso fructificará en alguna coproducción europea, que también es uno de los objetivos que nos marcamos.

Nosotros siempre tuvimos claro que preferíamos tener un socio industrial a un fondo de inversión. Dinero en el mercado siempre puedes encontrar, pero creemos que es mejor pertenecer a un grupo que te puede aportar no solo económicamente sino también creativamente.

P.N.: Es verdad que ellos tienen un catálogo muy potente tanto en producción como en distribución. En algún momento haremos alguna adaptación o algún *remake* porque tienen IPs muy potentes.

Rubik: En España hay muchas distribuidoras pero como habéis dicho, veíais que había un hueco. Hay distribuidoras muy grandes como las *majors* y luego muchas muy pequeñas. ¿Por qué no hay demasiadas en el punto intermedio, donde también se encuentra por ejemplo A Contracorriente?

P.N.: Hay un factor que es el cambio del 35mm al digital, que produce que la barrera de entrada a distribuir cine se reduzca de manera significativa a cuando había fotoquímico o los VPFs (virtual print fees). Antes, si tú querías estrenar con 200 pantallas, aparte de conseguirlas, tenías que invertir al menos cerca de 200.000 euros, y luego el coste de enviarlas.

El cine digital permite quitarte todo eso de encima. Cualquiera puede ir a un mercado, comprar una película húngara, subtitarla, hablar con un cine y mandar un link. Lo puedes externalizar todo y no hace falta tanto capital.



Lo nuevo del director de 'Longlegs', 'The Monkey', estreno de febrero de Beta Fiction

Hay una explosión en España de distribuidora más de nicho pero no hay ese término medio. Es una anomalía ya que en el resto del mundo tienes compañías que están al mismo nivel, o incluso por encima, que las *majors*.

¿Por qué? No sé, eOne cerró en España y algunas de las existentes han bajado su nivel de inversión.

M.G.: También yo creo que lo que a nosotros nos diferencia es que nuestro foco es el cine español, porque nosotros somos productores y distribuidores. A Contracorriente sí que ahora produce pero por ejemplo DeAPlaneta y Tripictures sí llevan cine español pero puramente desde el lado de la distribución y además como acompañamiento a su line-up de adquisiciones. En nuestro caso es al revés, las adquisiciones acompañan nuestro line-up de producción y distribución de cine español.

P.N.: Lo que queremos con el line-up de 12 películas es aspirar a una cuota de mercado del 5% más o menos, y que ese porcentaje sea sobre todo con cine español. Ojalá volviéramos con un entorno de 100 millones de espectadores anuales. En ese caso, ese 5% supondría 5 millones de espectadores para nosotros, de los cuales 3,5 serían para las películas españolas.

Queremos hacer un cine español comercial de calidad, como el que hemos hecho anteriormente, como *Los renglones torcidos de Dios*, *Palmeras en la nieve* y *La isla mínima*, comedias como *Perdiendo el Norte*, *Villaviciosa de al lado* o *A todo tren* y películas de animación como *Momias*. Ahí es donde está nuestra fuerza y es lo que creemos que sabemos hacer.

Rubik: Lo cierto es que había hueco, efectivamente, y en poco tiempo habéis logrado liderar en 2024 la taquilla entre las distribuidoras que no son *majors*. ¿Cómo os sentís al haberos asentado tan rápido?

P.N.: Nos sentimos cómodos y tranquilos porque realmente ese hueco existía. Teníamos la confianza en que sabemos hacer nuestro trabajo y tenemos un equipo muy bueno en marketing, ventas, tech-ops, etc., que hemos ido montando y engrasando durante estos últimos dos años y medio.

En cuanto a las películas, hay un componente de suerte pero también es saber cómo darles el enfoque adecuado. Siempre es bueno arrancar bien. Creo que este 2025 es el año importante porque lanzaremos 11 o 12 películas y comprobaremos si funciona lo que hemos previsto.

M.G.: También nos dan tranquilidad los proyectos españoles que vamos a rodar este año. Tener a Arantxa Echevarría, Dani de la Orden, Marcel Barrena, Fernando González Molina o Hugo Martín Cuervo es el fruto de estos dos años de trabajo. Es un line-up de producción con nombres muy sólidos.



Rodaje de 'Sigue mi voz' (Foto: Manolo Pavón). Es uno de los estrenos españoles de Beta en 2025

Rubik: ¿Qué dirías que estáis aplicando en Beta de lo aprendido en vuestra etapa en Warner y Atresmedia?

M.G.: Todo. Es muy difícil desgajar en elementos distintos, porque aunque tú no eres 100% consciente, va sedimentando en ti, para bien y para mal también, porque a veces tienes que desandar ciertos apriorismos.

P.N.: La diferencia es que en esas compañías, cuando estás en un puesto de responsabilidad alto, pierdes mucho tiempo en la burocracia y en reportar. Aquí el 95% de nuestro tiempo está en algo productivo. No estamos pidiendo permiso y las decisiones se toman rápidamente. Eso te da una agilidad maravillosa. Pero también es importante lo que aprendimos en cuanto a la forma de pensar como si fuera una compañía grande, o sea, vamos a analizar e invertir en función de unos objetivos. Así que se trata de trabajar como una empresa grande a nivel de responsabilidad económica, de gestión y de procesos, pero con la flexibilidad y la agilidad de una compañía pequeña.

M.G.: Absolutamente. De hecho, a colación de *La infiltrada*, una de las cosas que le gusta a la industria es que se haga ese tipo de cine para adultos con un nivel de producción bueno y que pueda funcionar en taquilla. Si miras el top 10 de cine español de los últimos cinco años, son todo comedias.

Rubik: ¿Y por qué se había enfocado tanto en comedia y otros géneros como el thriller, donde también había habido muchos éxitos, se dejaba de lado?

P.N.: Somos animales de costumbres y nos movemos por ciclos. También es verdad que hay un ciclo en esos últimos cinco años, con un denominador común, que es Santiago Segura. Últimamente el peso se había ido excesivamente hacia las comedias y, sobre todo, las comedias familiares, posiblemente porque los que tienen que tomar las decisiones de financiar las películas, que son principalmente las televisiones, se han ido a ese modelo, porque funcionan bien en taquilla y también luego en la televisión.



‘La familia Benetón’ (Foto: Tamara Arranz), uno de los éxitos de taquilla de Beta en 2024

M.G.: En Francia, por ejemplo, este año, salvo una comedia, las dos más vistas son *El conde de Montecristo* y *Corazones rotos*. En Italia, la película más vista es *El niño de los pantalones rosas*, que es un drama. La comedia sigue funcionando pero también el público está reaccionando a otros géneros.

P.N.: En una cartelera tiene que haber variedad y, por ejemplo, un género que a nosotros nos gusta mucho y que echamos en falta es el terror.

Rubik: Nosotros publicamos hace poco un reportaje con muchos testimonios sobre ello, porque también lo echamos en falta

M.G.: Es que nadie nos lo compra, así que no lo podemos producir.

P.N.: Es un género muy bueno y en el que han arrancado grandes directores como Bayona, De la Iglesia, Paco Plaza... Es un género relativamente económico, pero tiene que haber un apoyo detrás. En años anteriores nosotros apoyamos *Malasana 32* o *La niña de la comunión*, que son películas que funcionaron bien y que viajan porque el terror tiene ese componente adicional. Esperemos que el ciclo se dé la vuelta.

Rubik: Por ahora habéis empezado, sobre todo distribuyendo, aunque *La infiltrada* sí es coproducción. ¿Vais a ir incrementando en esa pata? Entiendo que como una producción lleva tiempo, todavía esa parte apenas se ha percibido aún

M.G.: En *La infiltrada* entramos en la producción con Bowfinger nada más empezar la compañía.

P.N.: La idea es que de las 12 películas que distribuyamos al año, entre el 50% y 60% serán producciones o coproducciones nuestras. El resto serán películas que compremos en mercados.

Rubik: Ha salido el nombre de *Mar afuera* antes. ¿Cómo planteáis el mundo de las series? Porque me imagino que la línea principal serán las películas

M.G.: Sí, tenemos varias series presentadas en distintos sitios. Estamos esperando feedback, pero sí que hay una línea de trabajo también que no es *remake* y que es de creación original.



Actores de la serie 'Mar afuera', primera incursión en TV de Beta Fiction

Rubik: En cuanto a las salas de cine, que todavía se están recuperando desde la pandemia. ¿Cómo veis la situación para la pantalla grande y qué expectativas tenéis?

P.N.: Los películeros siempre miramos las últimas 52 semanas. La primera mitad de 2024 fue muy mala pero la segunda mitad ha sido bastante buena con un diciembre extraordinario.

Lo que sucedió el año pasado fue el impacto de la huelga de guionistas y actores pero la sensación es buena. Mientras los estudios quieran seguir haciendo películas grandes y películas-evento y los productores independientes intenten encontrar su hueco, la gente quiere volver al cine.

M.G.: De hecho, el otro día salió un informe en Estados Unidos que el consumo en plataformas había caído un 23%, porque una vez que ya te acostumbras y es hábito, la gente está queriendo salir otra vez.

P.N.: Estamos muy positivos con los cines y los exhibidores están invirtiendo en cines más cómodos y modernos.

M.G.: Los formatos PLF (Premium Large Format) están funcionando muy bien.

P.N.: Estamos bastante esperanzados pero tienen que darse todos los elementos. Somos muy creyentes en la exhibición en el cine. Solamente queremos hacer cine para cine. Si una plataforma nos pide una película para ellos, la haremos y les pediremos de rodillas que nos dejen estrenarla, al menos en España, pero si no, también lo haremos si es algo que nos interesa.

M.G.: Somos una productora, al fin y al cabo.

P.N.: Pero creemos que, por un lado, la ventana de cine es un negocio, se gana dinero, y por otro, es la ventana que empuja y aporta valor a todas las demás. Se acaba de estrenar en Movistar *El conde de Montecristo* y nos comentan que está funcionando francamente bien y seguramente no sería así si no hubiera tenido un *theatrical run* potente como el que tuvo.



Rodaje de 'Rondallas' de Daniel Sánchez-Arévalo, que será estreno de Beta en 2025

M.G.: También el éxito en Estados Unidos de películas como *A Complete Unknown* o *Nosferatu* demuestra que el público también quiere ver cosas frescas, diferentes, y no solo secuelas o franquicias. Cuando tú haces una propuesta con una mirada de un director como James Mangold o Robert Eggers con un tema que interesa, la gente responde. Hay propuestas pequeñas que están funcionando por encima de las expectativas.

Rubik: No obstante, ha habido cambios de hábitos de consumo en la sociedad. ¿Cómo los interpretáis y cómo enfocáis ahora el lanzamiento de películas en este panorama?

P.N.: Hay dos partes en este tema. Por un lado la parte de ventas, con el número de cines a los que quieres ir. Creo que es importante dimensionar la película que tienes. No todos los cines tienen que tener todas las películas. Hay que decidir bien a qué cines vas y en qué fechas vas, con quién compites. Luego, en la parte de marketing, tiene mucho más peso la parte digital que en el pasado y tiene menos peso la TV en abierto.

Luego, las campañas exteriores... Creo que es muy importante tener presencia en la calle, porque de nuevo la gente está en la calle. Parte del éxito de *Vivir el momento* es haber tenido una campaña de exteriores potente durante las Navidades, en la que hay mucha gente en la calle haciendo compras, yendo a restaurantes y viendo a sus familias, y con niños y universitarios de vacaciones...

M.G.: Yo creo que también hay un aspecto táctico, en que las planillas del 'one size fits all' ya no valen. Antes, más o menos, todas las películas se lanzaban de la misma

manera y ahora tienes que prestarle más atención y más cariño. Cada película necesita su número de copias. La campaña de *Vivir el momento* no tiene por qué ser como la de *The Monkey*. Son películas distintas que van a targets distintos. Estamos en un momento en el que tienes que diseñar mucho más, mientras que históricamente, casi todas las películas se lanzaban igual.

Miguel Pintado (Director de Marketing): A lo que están diciendo, querría añadir que el gran avance en los últimos 20 años es la capacidad de trabajar y de segmentar las audiencias. Es algo que antes no se podía por la tecnología de entonces. Hace 20 años asignabas un tipo de audiencia a un género. La tecnología digital, que empezó en online pero que hoy en día tenemos también en otros ámbitos, permite ir muchísimo más allá. No solamente te permite segmentar demográficamente, como hemos hecho tradicionalmente, sino por intereses. Eso es lo que estamos haciendo, ir un paso más allá en tratar de identificar esos nichos que en muchas ocasiones son pequeños dentro de personas afines a determinados actores, tipos de películas, historias...

La búsqueda es la eficiencia en la comunicación. Todo ello complementado, como están diciendo, con campañas offline, especialmente en exterior y televisión, que te da un un extra de notoriedad. Pero trabajando desde la eficiencia del mensaje lo más específico posible, hacia aquellos segmentos que creemos nosotros que pueden ver la película. También estamos trabajando con muchos exhibidores en poder impactar a sus propios clientes, que son nuestros clientes.

Hoy tenemos mucha más información. El problema, de hecho, es que tenemos demasiada, y hay que saber procesarla.

Rubik: Otro factor que se suele decir es que se estrenan demasiadas películas. ¿Lo creéis?

P.N.: Volviendo a lo que te decía anteriormente, la falta de barreras de entrada hace que cualquiera pueda distribuir una película. Yo sí que creo que se estrenan demasiadas películas en cines porque no hay capacidad para tantas películas en cines. Pero eso es una cuestión de entendimiento entre exhibidores y distribuidores. Hay que romper una lanza a favor de los cines porque últimamente han cambiado un poco su política porque estaban dándole un excesivo número de pantallas y de sesiones a determinadas películas. A veces llegan películas con un perfil muy alto, que las requieren, pero daba la sensación de que, semana a semana, fuera la película que se estrenase, todas iban con 16 o 18 pases. Ahora están perfilándolo un poquito más.



‘Vivir el momento’, estreno de finales de 2024, también ha sobrepasado los 200.000 espectadores, que es el primer objetivo de Beta Fiction

Pero también es cierto que muchos distribuidores simplemente están enviando una copia al cine sin hacer nada de marketing alrededor, con lo cual es muy difícil. Si haciendo es difícil que la gente vaya; sin hacer, es un milagro y de milagros no vive la industria.

M.G.: Lo que no tiene sentido es el dato que dio Comscore en el MERCI de que en España se estrenen más películas que en Alemania, Francia o Italia, cuando son mercados un 40 o 50% mayores que el nuestro. Eso no tiene sentido y son datos objetivos.

P.N.: Estrenar más de diez o doce películas a la semana es muy complicado y no va en beneficio de nadie porque las películas no duran.

Rubik: Pero muchas de esas películas se estrenan en 20 cines, con lo cual tampoco se puede decir que saturen el mercado

P.N.: El problema es que muchas de esas películas que van a 20 cines, son los mismos 20 cines. Y esos cines por lo general son de centro de ciudad con 4 o 5 pantallas que tienen la capacidad que tienen, con lo cual es muy complicado.

M.G.: Hay películas que se estrenan con un único pase.

P.N.: Con lo cual, se lo ponen muy difícil al espectador y al distribuidor. Yo creo que es importante hacerse la pregunta: ¿Merece la pena estrenarse en cines? Siempre ha

habido esos llamados Direct-to-Video pero ahora como no hay una barrera de entrada...

También hay casos de plataformas y televisiones que exigen o prefieren que haya habido un estreno en cines. Es una conversación que se está teniendo y que hay que seguir teniendo. Al final, quien tiene la llave de eso es el exhibidor, que es el que decide seleccionar qué película pone o no pone y en qué condiciones. Pero sí, la respuesta final es que sí, se estrenan demasiadas películas.

Rubik: Hablar de 2024 y cada éxito en concreto. El mayor éxito es *La infiltrada*. Primero porque ha logrado 8,2 millones y luego por su carrera en los premios. El cine español, y de hecho Bowfinger, estaba teniendo éxitos en comedia, ¿cómo habéis posicionado la película para lograr un éxito así? ¿Por qué ha funcionado?

M.G.: La verdad es que el concepto era muy potente y se notaba desde que empezamos a buscar los primeros socios, que fueron Movistar y Atresmedia. Tú notas cuando un concepto de una película despierta interés o no. Cuando tú decías 'la única mujer infiltrada en ETA, basada en hechos reales', era algo que a todo el mundo le interesaba.



‘La infiltrada’

Es verdad que, desde que tú lanzas una idea hasta que la estrenas, hay multitud de factores que pueden conducir al éxito o al fracaso. Aquí, a Jaime Ortiz de Artiñano se le ocurrió el nombre de Arantxa Echevarría y cuando la llamé y le conté el titular, me dijo ‘cómo no me va a interesar’.

Había algo en el concepto y en la historia que interesaba mucho. Luego, la película tiene dos grandes virtudes. Una es que es intergeneracional porque gusta a gente joven

que no sabía nada de esa época. Lo vimos muy pronto en los primeros pasos que hicimos en universidades antes del estreno en la Academia de Cine. Las chicas conectaban con ella de manera espectacular pero en general todos querían saber más información. El segundo punto es que no se ha posicionado en ningún terreno político.

Todo el mundo sabe que lo que se cuenta es verdad. Los guionistas y los actores han tenido acceso a entrevistarse con los policías del operativo de verdad y eso le da a todo un poso.

Rubik: Hemos hablado antes de un cierto agotamiento de la fórmula comedia, con algunos fracasos en taquilla, pero a vosotros con *La familia Benetón* os ha ido bien. ¿Cómo lograsteis combatir eso?

M.G.: Yo creo que está muy bien fechada. Era un entorno competitivo complicado, porque en Semana Santa había mucho estreno de estudios, pero la acumulación en otoño en el cine español ya nos damos cuenta que los títulos se canibalizan y en Semana Santa no había otros españoles. Luego, a la gente le gusta muchísimo Leo Harlem y la campaña de marketing estaba muy bien pensada.

P.N.: El tráiler y los carteles son muy buenos y hay que reconocer también un apoyo muy bueno por parte de Atresmedia. Creo que estuvo muy bien posicionada para el público al que estaba dirigido. Afortunadamente, somos 47 millones de habitantes y hay mucha vida fuera de la M-30, no todo es Malasaña.

Rubik: Habéis hablado del concepto de *La infiltrada*. Otra película con un concepto potente era *Escape*. ¿Por qué pensáis que el público no ha respondido en taquilla?

M.G.: El guion de *Escape*, desde el principio, nos gustó mucho pero todos éramos muy conscientes de que era una película muy exigente con el espectador. No es un género claro, es un híbrido. Era una apuesta en la que nos apetecía estar tanto por Rodrigo Cortés, como por Mario Casas y por Nostromo Pictures.



‘Escape’ (Beta Fiction)

Sabiendo todos que era atrevida y arriesgada, evidentemente siempre quieres llegar a más gente. Pero no era una película fácil. La película estaba ya en el guion, nadie nos llevó a engaño. Tú intentas trabajar pero luego el público es soberano. La película tiene una personalidad que la hace muy única y muy diferente para lo bueno, pero también para lo no tan bueno.

Rubik: Fuera del cine español, hay que destacar *El conde de Montecristo*, que ha sido un pequeño gran éxito. ¿Cómo planteasteis este lanzamiento y por qué ha sido un sleeper? Porque era una historia que muchos podrían pensar que ya la historia estaba muy vista ...

P.N.: En este caso tuvimos la suerte de que, como *Los mosqueteros* no había funcionado como tenía que funcionar y, por tanto, había ciertas dudas respecto a *Montecristo*, el estreno se retrasó al verano y pudimos ver una copia casi final en el Festival de Berlín. Era un peliulón y claramente tenía muchas posibilidades. Tuvimos suerte porque estas películas se suelen comprar sobre proyecto a sobre guion.

M.G.: Pero sí que hubo que sortear la dificultad de que era una IP conocida o que la película dura 3 horas. Veníamos de *Los mosqueteros* y en la exhibición había ciertas dudas pero la película es tan buena... Multiplicó por 11 su cifra de apertura. Siempre quieres creer que el buen cine encuentra su sitio pero veces no ocurre.

Todos los comentarios mostraban una unanimidad aplastante sobre la película. La campaña de Pathé era buenísima, había muy buenas piezas. Otro de los problemas es que el cast aquí no es conocido, por lo que lo único que teníamos era la IP.



‘El conde de Montecristo’

P.N.: Hubo también una campaña potente de exteriores y online. Fue difícil convencer a los exhibidores porque con una película de tres horas los pases quedaban reducidos a uno o dos.

También, creo todos los valores de los que habla la película, como el amor, la amistad, la lealtad y la traición son valores fundamentales. En un momento bastante confuso que estamos viviendo, creo que estos valores han ayudado mucho.

M.P.: Yo creo que al final la calidad de la película habla por sí misma. Más allá del esfuerzo de marketing, de conseguir llegar a las audiencias, el mantenimiento es por la calidad...

Rubik: En muchos comentarios se subrayaba eso: ‘Por fin una buena película’

P.N.: Esta película, si se hubiera rodado con actores americanos o ingleses, habría sido un éxito mundial. Ya lo ha sido pero aún más. A mí me produce admiración que los franceses son capaces de coger su literatura y adaptarla de forma magistral y sacarle petróleo. Me duele mucho que no podamos nosotros hacer esas cosas, teniendo una literatura igual o mejor. Pero intentar levantar un proyecto de esa envergadura... Es una película de más 45 millones de euros. Aquí intenta adaptar una novela de Pío Baroja por 3 millones, ya verás.

Se trata de que los *players* dentro del mercado apuesten una vez más y quieran confiar. Si apuestas, a veces tienes un retorno grande y se pueden hacer películas como se hicieron anteriormente como *Alatriste*, *Palmeras en la nieve* o *El laberinto del fauno*. Se pueden hacer películas más grandes porque tenemos muy buenos directores,

técnicos, productores... Tenemos algunos proyectos que nos encantaría poder sacar adelante porque es que tenemos una enorme variedad de literatura que tenemos. Ojalá ver adaptados, por ejemplo, *Los pazos de Ulloa* o *Zalacaín, el aventurero*.



‘Guillermo Tell’ será el estreno de Beta Fiction en 2025 en el que querrá emular el éxito de ‘El conde de Montecristo’

Rubik: Habéis comentado que *El conde de Montecristo* la visteis en Berlín. Ya se acerca una nueva edición del festival. Entonces, ¿os gusta ser activos en estos festivales y adquirir títulos en Berlín, Cannes, etc.?

P.N.: Sí, nosotros vamos a todos los mercados importantes: Cannes, Berlín, Toronto, American Film Market... Una razón es por la información, por ver qué se está haciendo fuera, y otra, claro, son los lugares a los que tienes que ir para comprar. Nosotros leemos nosotros mismos y tenemos también un equipo de desarrollo. Tratamos de ser muy cuidadosos en lo que seleccionamos porque hay mucho y no podemos dejarnos llevar por el momento o por el mercado.

M.G.: Si no compramos nada en un mercado, no venimos deprimidos.

P.N.: Hay mercados en los que compras más y en otros menos. Hay que tener cuidado porque, sobre el papel, todo pinta muy bien.



BERLINALE 2025 EFM

Ignasi Camós • Director general, ICAA

“Uno de nuestros ejes es el fortalecimiento de la presencia de nuestro cine en festivales y mercados internacionales”

por Veronica Orciari

11/02/2025 - El director general de la institución española nos da las claves sobre sus actividades y sobre la participación de España como país invitado del European Film Market



Ignasi Camós • Director general, ICAA

Hemos entrevistado a Ignasi Camós, director general de Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), para hablar sobre Spain in Focus, el evento del European Film Market dedicado a la producción audiovisual española, que tendrá lugar durante la Berlinale, del 13 al 19 de febrero

Cineuropa: ¿Cómo será el 2025 para el cine español? ¿Qué lo caracterizará, partiendo del Country in Focus en Berlín?

Ignasi Camós: 2025 será un año para grandes películas españolas, lo cual se plasmará en esta edición de la Berlinale en la que España será el país invitado del European Film Market. En la sección Panorama se estrenará, por ejemplo, Sorda [+], la ópera prima de Eva Libertad, que tiene como protagonista, por primera vez en la cinematografía española, a una actriz sorda, Miriam Garlo. La diversidad de formatos, narrativas y puntos de vista será la característica más destacada. Además, la selección de empresas y proyectos que participarán serán la mejor muestra de lo polidrico de nuestro panorama audiovisual.

¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles dentro de España desde el punto de vista cinematográfico? ¿Cuáles son los objetivos, también en términos de cifras, a alcanzar?

Las posibilidades de financiación que ofrece España nos colocan como uno de los países más competitivos del panorama internacional. A la combinación de líneas de ayudas estatales y autonómicas, se suma un atractivo sistema de incentivos fiscales. Aunque los objetivos del ICAA del Ministerio de Cultura son sobre todo cualitativos, seguir reforzando el apoyo al cine independiente y que se llenen las salas de cine, también con nuevos espectadores gracias al programa Cine Escuela, son dos de los ejes principales de este año.

¿Cuáles son los esfuerzos más importantes que ha hecho y está haciendo el ICAA desde este punto de vista en cuanto a la exportación?

Existen varias líneas de ayudas destinadas a la exportación: la de apoyo a la distribución y la de participación en mercados y festivales. Asimismo, apoyamos a cineastas, productores y distribuidores en su recorrido internacional para que tengan visibilidad y puedan estrechar lazos con otros países. El pasado año elaboramos un Plan de Internacionalización 2024-2026 de las actividades del ICAA para la promoción del cine español. Uno de los ejes es el fortalecimiento de la presencia de nuestro cine en festivales y mercados internacionales y el apoyo a todos los sectores dedicados a la exportación del cine español.

¿Puedes contarnos cuáles son los eventos más importantes que tendrán lugar en Berlín para Spain in Focus este febrero?

Vamos a acompañar a nuestro sector en los eventos clave, que serán el Producers Showcase, donde 10 empresas consolidadas españolas tendrán ocasión de presentar sus líneas de trabajo ante profesionales destacados. En el marco del Visitors Programme, habrá otras 10 empresas emergentes que participarán en varias actividades dentro del Berlinale Co-Production Market para mejorar su red de profesionales y abrirse a nuevas oportunidades. Y cuatro proyectos de series en desarrollo se mostrarán en el marco del Berlinale Series Market. También habrá proyecciones de mercado, conferencias sobre la llegada de la IA o sobre el Plan España, Hub Audiovisual de Europa –impulsado en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia–, así como varias presentaciones de proyectos y programas de las distintas comunidades autónomas.

¿Puedes darnos una idea de las cifras que esperan, qué tipo de personalidades del mundo del cine asistirán y qué prevalencias regionales dentro de España habrá en Spain in Focus?

Esperamos que asistan alrededor de 400 profesionales españoles de distintas áreas, desde cineastas hasta productores y distribuidores. Todas las comunidades autónomas presentes tendrán sus espacios tanto en el stand de España, como en el programa de industria. Contaremos también con los talentos de las películas seleccionadas.

¿Tenéis programas de apoyo para cubrir los costos de participación de los profesionales en el mercado de Berlín y en el evento Spain in Focus en particular?

Así es. Además de las líneas de ayuda para participación en mercados, el ICAA ha apoyado a 24 profesionales participantes en Producers Showcase, Visitors Programme y Series Market, cubriéndoles su acreditación, gastos de viaje y alojamiento.

Las televisiones de la UE emiten un 51% de contenido audiovisual de producción europea

febrero 11, 2025 por Admin

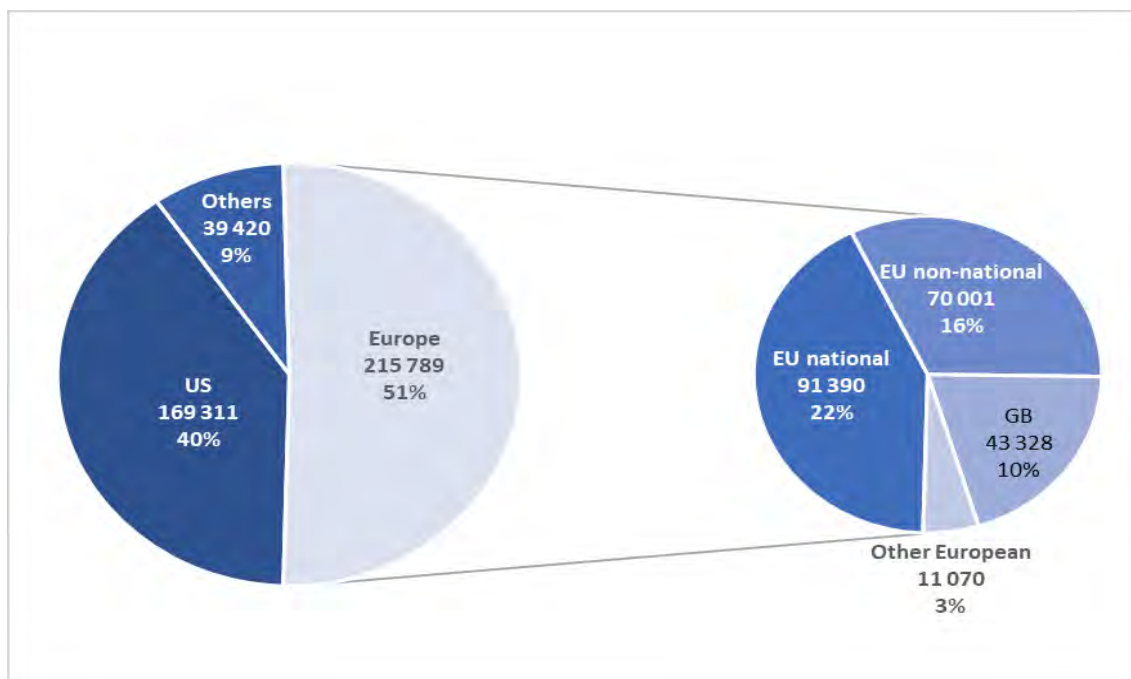
Las televisiones de la UE mantienen una fuerte presencia de producciones europeas, con un 51% del contenido emitido en 2023 siendo de origen europeo, superando a las producciones estadounidenses. Un informe del Observatorio Europeo del Audiovisual analiza esta tendencia y destaca la importancia de las coproducciones y la exportación de obras dentro del continente.



El Observatorio Europeo del Audiovisual ha publicado recientemente su informe Works on television in Europe – 2023 data, en el que analiza la presencia de producciones europeas en la programación televisiva de la Unión Europea.

Este estudio ofrece una muestra representativa de 1.663 canales de televisión de 25 países miembros, cubriendo un total de 436.000 emisiones únicas.

Los datos revelan que las obras audiovisuales europeas representaron el 51% del total de contenidos emitidos en televisión durante 2023, superando a las producciones de Estados Unidos, que alcanzaron un 40%. En total, se emitieron más de 138.000 obras diferentes de diversos orígenes, de las cuales 88.000 eran europeas. En promedio, cada país analizado transmitió más de 12.000 obras distintas, incluyendo casi 6.500 de origen europeo.



Distribución de contenidos en la UE

El informe destaca que los documentales tuvieron una mayor representación de producciones europeas en comparación con las películas de ficción. Mientras que los documentales tendieron a ser mayormente producciones nacionales, las películas provinieron en su mayoría de otros países europeos. Además, dentro de la ficción, las series de televisión contaron con un mayor porcentaje de producciones de los 27 países de la UE en comparación con las películas.

En la mayoría de los países, las producciones europeas no nacionales resultaron claves para alcanzar una alta cuota de contenido europeo en televisión. Francia, Alemania, Polonia e Italia registraron una proporción superior a la media de contenido europeo, así como de producciones nacionales dentro del total europeo. No obstante, España se destacó como una excepción en esta tendencia. Otros países de menor capacidad de producción, como Austria, Finlandia y Suecia, también lograron un porcentaje elevado de obras europeas en su programación.

Otro hallazgo significativo del informe es que las producciones europeas tuvieron una mayor representación en los canales de televisión públicos en comparación con los privados. También se registró una alta presencia de contenido europeo en los canales con una cuota de audiencia del 1% o superior.

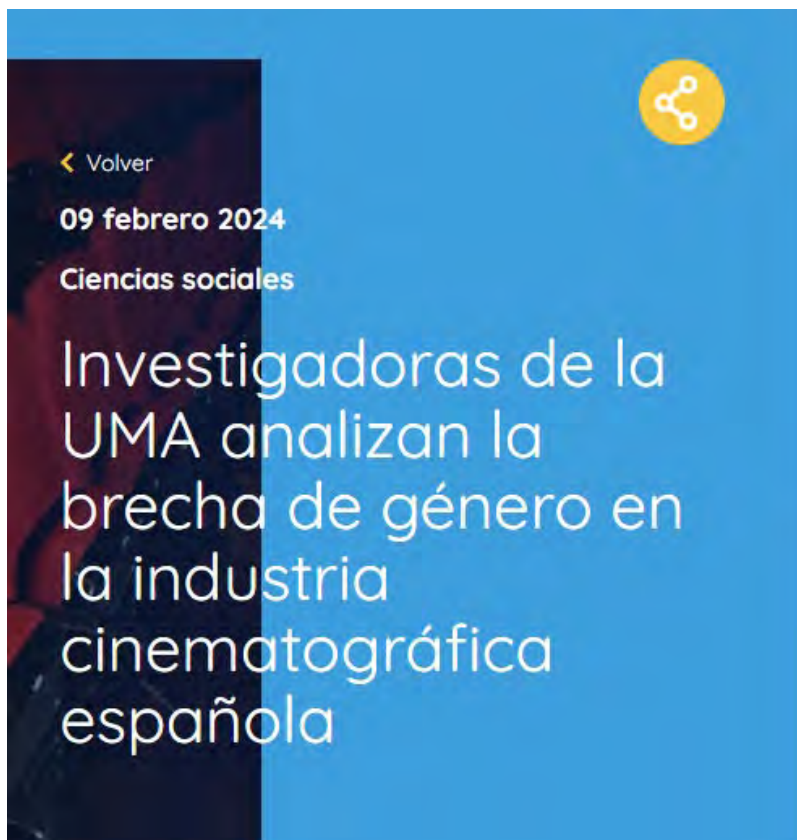
Rank	Title	Main producing country	Work type	# export countries
1	Taken 2	FR	Theatrical film	21
2	Sisi	DE	Fiction series	20
3	Les Schtroumpfs	BE	Fiction series	20
4	Miraculous: Tales of Ladybug & Cat Noir	FR	Fiction series	19
5	Lucy	FR	Theatrical film	19
6	The Transporter	FR	Theatrical film	19
7	Taxi 5	FR	Theatrical film	18
8	ALVINNN!!! and the Chipmunks	FR	Fiction series	18
9	Madres paralelas	ES	Theatrical film	18
10	Another Round	DK	Theatrical film	18
11	Anna	FR	Theatrical film	18
12	Astérix : le secret de la potion magique	FR	Theatrical film	18
13	Transporter 2	FR	Theatrical film	18
14	Renegades	FR	Theatrical film	17
15	Call Me by Your Name	IT	Theatrical film	17
16	Loving Pablo	ES	Theatrical film	17
17	Intouchables	FR	Theatrical film	17
18	Competencia oficial	ES	Theatrical film	17
19	Les coulisses de l'histoire	FR	Documentary (series)	17
20	Maya the bee	FR	Fiction series	16

Circulación y exportación de contenido europeo

Las coproducciones europeas demostraron una mejor circulación en el mercado televisivo que las producciones nacionales. En promedio, una coproducción europea se emitió en 2,8 países, mientras que una obra 100% nacional solo alcanzó 1,4 países.

En términos de exportación, el informe señala que Reino Unido, Francia y Alemania lideran la distribución de contenido audiovisual europeo. Reino Unido es el principal exportador de documentales y series de ficción, mientras que Francia encabeza la exportación de películas y Alemania la de documentales unitarios.

En cuanto a los 20 títulos más exportados, la mayoría fueron películas, con nueve producciones a cargo de EuropaCorp, la compañía de Luc Besson. Dentro de las 20 series de ficción televisiva más exportadas, doce correspondieron a series animadas infantiles, de las cuales once tuvieron a Francia como país de producción principal. Finalmente, quince de los veinte documentales europeos más exportados fueron de género histórico.



El trabajo abarca las diferencias entre mujeres y hombres galardonados con un Premio Goya entre 2000 y 2023, y profundiza en las aportaciones feministas de los largometrajes

Las investigadoras Paula Meliveo y Carmen Cristófol, del departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga, han llevado a cabo un estudio centrado en las directoras de cine premiadas con un Goya en las dos primeras décadas del 2000. Las expertas sitúan el foco en una comparativa de género en las categorías de Mejor Dirección y Mejor Dirección Novel, así como en las reivindicaciones feministas presentes en las obras cinematográficas y en las ceremonias de los premios.

Tras una investigación previa centrada en las representaciones femeninas en los Premios Goya, los resultados de este trabajo acaban de ver la luz en la monografía *Mediaciones comunicativas*, recientemente publicada.

El galardón, de la mano de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, se entregó por primera vez en 1987. Tal y como se recoge en el estudio, "la historia de los Premios Goya está vinculada a reivindicaciones sociales, políticas, o como en este caso, de género".

Para ilustrar estas reivindicaciones, las investigadoras destacan la gala de 2018, cuando la actriz Adelfa Calvo recogió el premio dedicando una importante parte de su discurso a la discriminación de las actrices en el ámbito cinematográfico y social.

Las premiadas en Mejor Dirección y Mejor Dirección Novel

Más allá de los reclamos presentes en los actos de entrega del premio, Meliveo y Cristófol dirigen su análisis a la producción cinematográfica de las directoras más valoradas por la Academia: en este sentido, se toman como antecedentes largometrajes españoles de la década de los noventa con un relevante contenido en pro de la igualdad, como sucedió con *El perro del hortelano*, por el que Pilar Miró fue premiada como mejor directora en 1996.

En la Categoría de Mejor Dirección, en 2004, Icíar Bollaín fue galardonada por *Te doy mis ojos* (2003), mientras que Isabel Coixet fue premiada en dos ocasiones: por *La vida secreta de las palabras*, en 2006, y por *La Librería*, en 2018. Por su parte, en el apartado de Mejor Dirección Novel, los galardones del periodo estudiado fueron los siguientes: en 2003, Ángeles González Sinde por *La suerte dormida*; en 2010, Mar Coll por *Tres días con la familia*; y, de manera consecutiva, Carla Simón recibió el Goya en 2018 por *Verano 1993*, Arantxa Echevarría en 2019 por *Carmen y Lola* y Belén Funes en 2020 por *La hija de un ladrón*.

Escasa representación de las cineastas en la primera veintena del siglo XXI

En este sentido, pese a una notable presencia femenina en las galardonadas con Mejor Dirección Novel de los últimos años, “si analizamos el reconocimiento de la Academia a cineastas mujeres en la categoría de Mejor Dirección sin tener en cuenta las autoras noveles, la valoración femenina es reseñablemente inferior, siendo el 9,09 % entre 2000 y 2010, y el 5 % de 2011 a 2020. En el período analizado completo, es decir, de 2000 a 2020 representaría el 7,14 % frente al 92,88 % de hombres”, señalan las investigadoras.

“Si analizamos el reconocimiento de la Academia a cineastas mujeres en la categoría de Mejor Dirección sin tener en cuenta las autoras noveles, la valoración femenina es reseñablemente inferior”

Además, el estudio enfatiza que el 75% de estas mujeres premiadas realiza aportaciones feministas en sus largometrajes, donde se acogen mensajes claros y directos de denuncia social y discriminación de género, como sucede con *Te doy mis ojos* (Bollaín, 2003), cuya temática principal es la violencia de género. Sin embargo, la investigación también recalca que esta escasa representación de las cineastas en las dos primeras décadas del siglo XXI frena, potencialmente, la visibilidad de sus denuncias.

Desigual valoración de los trabajos

Si bien los datos de la publicación reflejan los resultados obtenidos hasta 2020, la investigadora Paula Meliveo matiza que, en la última edición, “no se aprecia avance o evolución en la situación desigual de la mujer en el caso de las directoras de cine según la valoración de la Academia” ya que, en la edición 2021, según las estadísticas de CIMA, solo está compuesta por el 29% de mujeres frente al 71% de hombres. Además, la investigadora apunta a que estos datos podrían tenerse en cuenta “para las votaciones o para reformar los estatutos e incentivar una forma menos desigual para valorar los trabajos en cada edición paliando la discriminación de género”.

El próximo 11 de febrero tendrá lugar la gala con más nominaciones hasta la fecha, ya que se celebrará la XXXVII edición de estos galardones con una nominación adicional en cada categoría, y con la dirección de dos mujeres entre las nominadas a mejor película: Alauda Ruiz de Azúa (*Cinco Lobitos*) y Carla Simón (*Alcarrás*). Mirando al futuro, Meliveo subraya que, en el caso de que una de las dos películas fuese premiada, las investigadoras podrían llevar a cabo “una revisión de las estadísticas y del contenido de sus trabajos para establecer relaciones”.

Nuevos trabajos sobre las reivindicaciones por la igualdad en los Goya

En un nuevo estudio publicado en 2023, las investigadoras remarcan la importancia de diversas acciones feministas que han tenido lugar en los premios a lo largo de los años. Entre estas, destacan casos relevantes en la lucha por la igualdad, como el discurso de Adelfa Calvo en la gala de 2018 pidiendo que el trabajo de las actrices se valore en igualdad, no por su físico ni por su edad; Sara Sálamo, que acudió a la alfombra roja sin maquillar en la edición 2023, obteniendo una dimensión considerable en redes sociales y suscitando el debate mediático; o Cuca Escribano, que en 2017 desplegó un chal donde se podía leer “Más personajes femeninos”.

En este sentido, en el estudio apuntan que “se ha detectado una tendencia a valorar el trabajo de las actrices jóvenes o muy jóvenes de forma más positiva que el de otras intérpretes con edad más madura. Para solventar estos problemas se sugiere proveer una educación igualitaria a los miembros de la Academia de Cine con derecho a voto”, al igual que consideran “aconsejable incluir en contenidos educativos especializados la historia de la lucha por la igualdad que se viene desarrollando de hace algunos años hasta la actualidad, incluyendo acciones feministas como las de las actrices Ccuca Escribano, Adelfa Calvo, Sara Sálamo y otras mujeres de similar relevancia”.

Asimismo, las investigadoras, pioneras en estos estudios sobre los premios del cine español con una perspectiva de género, están a punto de publicar diversos trabajos sobre “la problemática en cuanto a la desigualdad que afecta a las actrices, proponiendo nuevas soluciones para paliar esta discriminación que esperamos poder presentar a la Junta Directiva de La Academia”, señala Paula Meliveo. “La historia del cine hasta hoy está escrita desde el punto de vista patriarcal, pero gracias a estos académicos sobre Premios Goya, la historia de estos galardones y de esta parte del cine español ha empezado a escribirse desafiando la discriminación sistémica hacia las mujeres del patriarcado”, concluye Meliveo.

Datos de las monografías:

Meliveo Nogués, P. y Cristófol Rodríguez, C. (2022). “Directoras de cine galardonadas en Premios Goya entre 2000 y 2020. Una aproximación de género a la situación de la mujer en la industria cinematográfica española” en Mediaciones comunicativas, colección Estudios Aranzadi (editorial Thomson Reuters-Aranzadi).

Meliveo Nogués, P. y Cristófol Rodríguez, C. (2023). “Aproximación a las reivindicaciones feministas de las actrices en Premios Goya y desigualdad en el cine español” en Explorando la comunicación contemporánea: un enfoque interdisciplinar (editorial Fragua).

CTV y publicidad programática: una combinación perfecta



En esta tribuna, Lorenzo Del Seppia, director comercial para España, Italia y MENA de Magnite, aborda las posibilidades de la programática en entornos televisivos, un mercado creciente que se beneficia de procesos de automatización y aprendizaje automático.

11/02/2025

No cabe duda de que actualmente estamos viviendo una de las mayores revoluciones en la forma en que los espectadores consumen televisión en todo el mundo y, por supuesto, también en España. Esta transformación ha traído consigo una gran oportunidad para la industria publicitaria. En efecto, los espectadores están más fragmentados, cada vez consumen menos televisión tradicional en favor de las plataformas de streaming. Debido al coste de la vida y a la saturación de opciones, están optando por servicios gratuitos con publicidad en lugar de servicios SVOD de pago, de ahí el fuerte impulso de los modelos AVOD y FAST. No tenemos que olvidar que plataformas de suscripción tradicionales como Netflix, Prime Video y Disney+ han introducido planes más asequibles con publicidad.

Para sacar el máximo partido a sus inversiones en CTV, la tecnología y las herramientas programáticas pueden ayudar a los anunciantes a mejorar la eficiencia, la precisión y el rendimiento de estas campañas.

Según el último informe de IAB Spain, el 95% de los internautas españoles de entre 16 y 75 años accedieron a contenidos televisivos a través de Internet, lo que supone un incremento del 5% respecto a 2023. Además, un informe anterior de IAB revela que España tiene la mayor tasa de crecimiento de inversión en CTV de Europa (98,5%). Esto significa que, en 2025, los anunciantes deberían considerar seriamente hacer de la CTV uno de sus canales publicitarios clave para llegar a los consumidores españoles. Para sacar el máximo partido a sus inversiones en CTV, la tecnología y las herramientas programáticas pueden ayudar a los anunciantes a mejorar la eficiencia, la precisión y el rendimiento de estas campañas.

La programática hecha para entornos televisivos

Aunque la publicidad programática se utiliza desde hace tiempo en entornos de display y móviles, las aplicaciones para vídeo de formato largo y calidad broadcast en CTV requieren consideraciones adicionales. Es importante señalar que la compra programática no significa necesariamente un marketplace. De hecho, la mayoría de los editores y anunciantes de CTV prefieren realizar sus transacciones a través de marketplaces privados que den a ambas partes la seguridad de que están trabajando con socios premium.

**Es importante
señalar que la
compra programática
no significa
necesariamente un
marketplace. De
hecho, la mayoría de
los editores y
anunciantes de CTV
prefieren realizar sus
transacciones a
través de
marketplaces
privados.**

Esto da a los compradores más control y transparencia sobre cómo se gastan sus presupuestos y a los productores audiovisuales la seguridad de que se emiten anuncios de alta calidad junto a sus contenidos. Una de las principales ventajas de la programática es que permite a los anunciantes gestionar sus ubicaciones y socios a través de una única fuente o Deal ID (identificador de operación), a diferencia de la compra lineal tradicional, en la que tienen varios contratos.

Publicidad a medida a escala

La amplia adopción de la CTV también abre un abanico de posibilidades para que los anunciantes conecten mejor con sus audiencias clave. Mientras que con la televisión lineal hay menos opciones de llegar a espectadores específicos porque todos los hogares ven un programa con los mismos anuncios, el streaming y la CTV permiten a los productores y a los anunciantes llegar a audiencias más precisas en entornos de contenidos premium con mensajes personalizados.

Con la compra programática, los anunciantes pueden llegar a audiencias direccionables a escala dirigiéndose a numerosos editores de CTV a la vez con los parámetros de audiencia que desean, frente a la compra a publishers individuales en un entorno no programático.

Mejora de la experiencia en tiempo real

En muchos sentidos, la programática acelera el proceso de compra mediante la automatización, lo que se traduce en una mayor eficiencia tanto para los medios audiovisuales como para los anunciantes. Los anunciantes pueden obtener información en tiempo real sobre sus campañas para ajustar con mayor agilidad sus compras de medios, algo que es mucho más difícil de hacer en una compra de televisión lineal no programática.

**Los anunciantes
tendrán que incluir a
CTV entre los
principales actores
de sus campañas
publicitarias para ser
competitivos en un
sector cada vez más
basado en los datos.**

Por otro lado, esta afluencia de demanda puede resultar difícil de gestionar para los publishers y requerir tecnología adicional. Por ejemplo, la revisión creativa de los anuncios entrantes es una parte importante para garantizar un entorno de visionado de alta calidad y seguro para la marca. Puede ser difícil, si no imposible, para los editores revisar manualmente los anuncios de vídeo y aprobarlos uno por uno.

La preocupación por no poder revisar adecuadamente los anuncios entrantes hace que algunos publishers duden a la hora de adoptar la programática para entornos de televisión. Hemos detectado este problema y hemos creado una herramienta automatizada de revisión creativa que aprovecha el aprendizaje automático para escanear anuncios de vídeo y dar a los editores la confianza necesaria para examinar con precisión las creatividades publicitarias y aprobar su uso. Este tipo de funciones no están muy extendidas en el sector, por lo que es importante que editores y anunciantes trabajen con empresas que comprendan a la perfección la intersección entre la televisión en streaming y la publicidad programática.

En última instancia, el impulso que ya hemos visto hacia las plataformas de streaming con publicidad programática continuará en los próximos años y será una gran oportunidad para los anunciantes que buscan llegar a audiencias altamente segmentadas en entornos premium. No cabe duda de que los anunciantes tendrán que incluir a CTV entre los principales actores de sus campañas publicitarias para ser competitivos en un sector cada vez más basado en los datos.

Lorenzo Del Seppia

Director comercial para España, Italia y MENA de Magnite

BUSINESS NEWS

YouTube Surprise: CEO Says TV Overtakes Mobile as “Primary Device” for Viewing

YouTube CEO Neal Mohan released his annual letter Tuesday morning, outlining his priorities for the video platform.

By [Alex Weprin](#) February 11, 2025 6:00am



YouTube CEO Neal Mohan

If there was any doubt before, this seals it: YouTube is in the TV business.

According to Neal Mohan, YouTube's CEO, TV screens have officially overtaken mobile as the “primary device for YouTube viewing in the U.S.” In other words, more people are watching YouTube on TV sets than any other device, at least here in the U.S.

It is, as Mohan writes in his annual letter from the CEO, an indication that “YouTube is the new television.”

“But the ‘new’ television doesn’t look like the ‘old’ television,” Mohan writes. “It’s interactive and includes things like Shorts (yes, people watch them on TVs), podcasts, and live streams, right alongside the sports, sitcoms and talk shows people already love.”

YouTube has consistently dominated Nielsen's monthly Gauge report, handily topping Netflix as the most-watched streaming video platform. And TV has long been a priority for YouTube. In last year's letter, Mohan noted that the YouTube TV vMVPD passed 8 million subscribers, and that the company was investing in the platform.

The company unveiled sweeping changes to its TV app experience last year.

Mohan also underscored three other "big bets for 2025" in his letter.

In a section titled "YouTube will remain the epicenter of culture," he noted that 45 million Americans watched election-related content on election day last year, and he noted the success of videos like Joe Rogan's interview with President Trump and the SNL sketch with Kamala Harris on the platform.

"From elections to the Olympics to Coachella to the Super Bowl and the Cricket World Cup, the world's biggest moments play out on YouTube," Mohan writes, adding that the company also plans to "roll out more tools to support podcasters, improve monetization for creators, and make it even easier to discover podcasts" this year.

But YouTube is also working to bring more AI tools to creators, and despite early hype around AI image and video generation products (YouTube is developing them too), Mohan suggests that YouTube creators are finding simpler, practical tools to be more helpful.

"As impressive as the generative models are, creators tell us they're most excited about the ways AI can help with their bread-and-butter production. That's why we're investing in tools to help them in the everyday work of creation, like coming up with a new video idea, title or thumbnail," Mohan writes. "We're also using AI to help creators find new audiences. For videos with dubbed audio, more than 40% of the total watch time comes from viewers choosing to listen in a dubbed language. Last year we launched auto dubbing, which helps creators translate their videos into multiple languages with a touch of a button. Later this month, we'll make auto dubbing available for all creators in the YouTube Partner Program. We'll continue to make improvements here and expand to more languages throughout the year."



More Americans Now Watch YouTube on TV Than on Mobile

The company will continue to add new features to optimize living room viewership, CEO Neal Mohan says

Kayla Cobb February 11, 2025 @ 6:00 AM

By now it's common knowledge that YouTube has completely disrupted the TV ecosystem. What's less widely known is that the opposite is true as well. In the United States, YouTube viewership on televisions has now surpassed mobile viewership. That's one of several insights CEO Neal Mohan shared in his latest blog post, "Our big bets for 2025."

Television specifically passed mobile in terms of watch time, making living room devices the No. 1 device for viewing YouTube. Previously, the video platform shared that people on average watch over 1 billion hours of YouTube daily and that the platform has been No. 1 in terms of streaming watch time for the past two years, according to Nielsen.

As TVs become a bigger and bigger part of YouTube's ecosystem, the platform has started experimenting with a second screen experience. This allows users to interact with the YouTube video they're watching on TV using their phones. This involves actions like leaving a comment on the video or using their phones or tablets to seamlessly purchase a product that appears in the video.

The platform also started to roll out its Watch With feature last year, which lets creators provide live commentary on real-time games and events. This feature started with NFL games, and YouTube plans to experiment with more sports and other types of content later this year. The platform has also introduced advertising formats that are more customized to the TV such as QR codes and pause ads. These changes may prove to be huge for creators as living room viewing increases. In 2024, more than 50% of channels earning five figures or more USD made their money from sources other than ads and YouTube Premium. As that trend continues, easier ways that incorporate shopping, such as QR codes, will likely continue to be beneficial to creators.

“Our growth on connected TVs is also attracting new advertisers,” Mohan shared in his post. “We’ll continue to improve fan-favorite YouTube TV features, like Key Plays and multiview and bring new benefits to YouTube Premium subscribers.”

The company is also rolling out new feature specifically for one of its newest and most promising creator segments: podcasts. In 2024 viewers watched over 400 million hours of podcasts monthly on their TVs. YouTube is now the most frequently used service for listening to podcasts in the U.S., according to research from Edison. To further support this growing segment, YouTube will release more tools to “support podcasters, improve monetization for creators and make it even easier to discover podcasts,” Mohan’s blog post reads.

Speaking of creators, two of YouTube’s newest features — Communities and Hype — will be getting a bigger push in the year to come. Communities links to a creator’s channel and gives creators and their fans a dedicated space to talk to and with one another. As for Hype, a “hype” serves as a sort of super-sized “like” that’s reserved for videos up to seven days old from creators with fewer than 500,000 subscribers. Both programs will be expanded more in 2025.

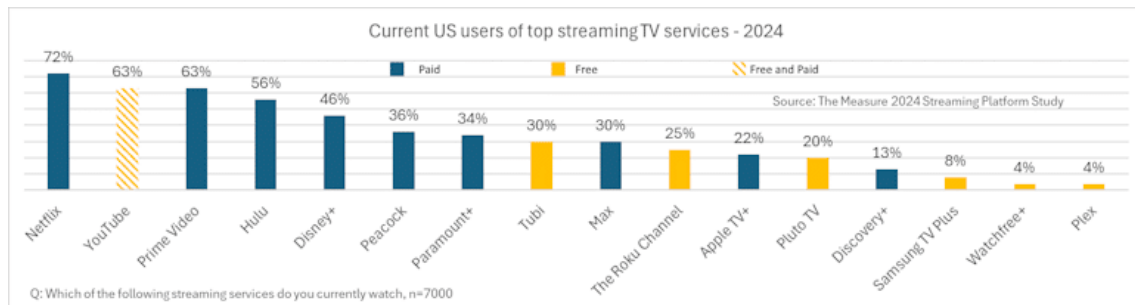
Mohan also touched on AI, noting that the company is “focused on building the right guardrails to protect creatives on YouTube,” starting with its previously announced partnership with CAA. YouTube also announced it will be using machine learning in 2025 to help the platform estimate a user’s age. The goal of this is help turn YouTube Kids into a more supervised environment.

“We’ll continue to responsibly harness the power of AI to enhance the YouTube experience for everyone,” Mohan wrote. “As we embark on our next chapter, we’re committed to empowering creators, fostering community and continuing to redefine how the world watches, listens, and connects.”

Currently, YouTube TV has more than 8 million subscribers while YouTube Music and Premium have more than 100 million subscribers. Both of those numbers include trials. Additionally, YouTube also saw a more than 40% uptick in channel memberships.

Four reasons YouTube keeps getting bigger on TV

10 Feb, 2025 **Colin Dixon**



YouTube's share of TV viewing time and ad revenue inexorably grows with each passing month. Here are four ways the streaming TV service will keep growing in 2025 and beyond.

YouTube has never been more popular on TV. According to Sundar Pichai, CEO of Alphabet, YouTube viewers on TV streamed one billion hours of video daily in 2024. Moreover, it is the US's most popular "channel" brand on connected TVs. This is no accident. The service has been working hard to grow a bigger share of the almost \$90 billion TV advertising market. Here are four ways YouTube is expanding its role on television.

More creators focused on TV

Last year, YouTube released tools to help creators make content that looks better on TV and to emulate traditional TV forms like episodes and seasons. The service didn't need to release the tools. Without them, its share of TV viewing time has steadily grown (at least in the US). However, Mr. Pichai is looking to accelerate YouTube's growth on TV.

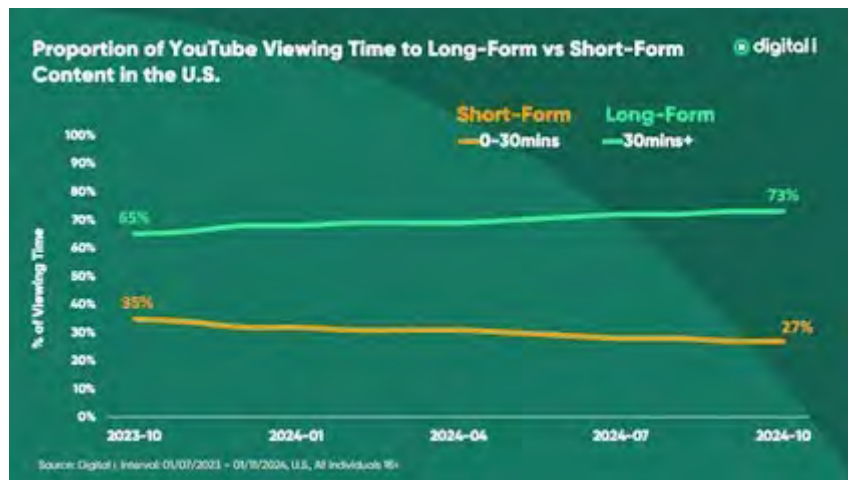
In the Q4 2024 earnings call last week, Mr. Pichai explained how the tools are helping boost creator participation on TV and, by inference, YouTube's revenue:

"Creators are now prioritizing high-quality viewing experiences that truly shine on TV screens, inspiring even more viewers to tune in. In fact, the number of creators making a majority of revenue from TV is up over 30% year on year."

The impact of the tools and creator focus on television is helping tip the balance on YouTube toward longer-form content.

Move to long-form content

According to Digital I, the share of YouTube viewing time coming from 30 minutes or longer content strongly increased in 2024. In October 2023, 65% of YouTube viewing time in the US was absorbed by long-form content. One year later, in October 2024, 73% of viewing time came from long-form content.



The impact isn't only being felt on the TV screen. Surprisingly, long-form content is watched even more on mobile phones than on other screens. Over the same period, Digital i says long-form's share of mobile YouTube viewing time has increased from 58% to 79%.

Premium providers inching in

It's not just the creator economy driving up long-form's share of viewing time. Hollywood is joining the action. Warner Bros. has quietly released movies through its YouTube channel since the beginning of 2025. It now has an eclectic mix of 31 quality titles available, including Mr. Nice Guy with Jackie Chan, Mutiny on the Bounty starring Marlon Brando, and Oh, God! featuring George Burns.

Premium movies have been available on YouTube for some time. The service has been licensing library titles and providing them as free movies in the "Your Movies and TV" area. However, Warner Bros. has opted to go solo with its full movies. Will other studios follow?

Reach

YouTube is among the privileged few streaming TV services pre-installed on most smart TVs and streaming media players. Many devices even come with a dedicated YouTube button on the TV remote. However, being on the CTV device does not necessarily mean device owners will use the service. New data from The Measure and MX8 labs suggest many people are using YouTube on their TV.

At the end of 2024, 63% of the 7,000+ adult US survey respondents said they currently used YouTube, and the same number said they used Prime Video. Only Netflix was used by more people, with 72%. Hulu was behind YouTube with 56%, and Disney+ was fourth with 46%.

There are many other ways YouTube is boosting its footprint on TV. For example, it is now the home for NFL Sunday Ticket, and YouTube TV is the fourth-largest MVPD in the US. Make no mistake: YouTube is serious about television, and so far, more traditional TV content providers like Netflix and Disney seem powerless to stop it.

YouTube celebrará su 20 aniversario en 2025 con una apuesta por los nuevos formatos y la IA

MADRID, 11 Feb 2025 (Portaltic/EP) -

YouTube se ha convertido en el lugar donde escuchar pódcast, además de ver vídeos, y lejos de rechazar la inteligencia artificial (IA), profundizará en el uso de esta tecnología para los creadores de contenido, y lo hará en el año en que esta plataforma celebrará su 20 aniversario.

YouTube se ha consolidado en este tiempo como una plataforma de vídeos, pero en el último año se ha posicionado también como el lugar donde escuchar programas de audio o pódcast, al menos en Estados Unidos, donde la compañía asegura que es "el servicio más utilizado".

"Hace tiempo que invertimos en la experiencia de los pódcast y los creadores descubrieron que el vídeo hace que este formato sea aún más atractivo", ha afirmado el director ejecutivo de YouTube, Neal Mohan, en una carta que recoge los logros de 2024 y lo que esperan para 2025.

Mohan ha destacado también que "YouTube es la nueva televisión". Según los datos que ha compartido, ya no es solo que el televisor sea el dispositivo principal para ver YouTube en Estados Unidos, sino que "los espectadores ven, de media,, más de mil millones de horas de contenido de YouTube en televisores por día".

La inteligencia artificial seguirá teniendo presencial en la plataforma, tanto para impulsar herramientas para la creación de contenido, siguiendo la estela de Dream Screen y Dream Track y Veo 2; como para llegar a nuevas audiencias, como ya hace, por ejemplo, el doblaje automático, que a finales de febrero estará disponible para los creadores del Programa de socios de YouTube.

La IA, mediante el aprendizaje automático, también ayudará a estimar la edad de los usuarios, para distinguir entre jóvenes y adultos, y ofrecer "las experiencias y protecciones más apropiadas para cada edad".

En lo que respecta a los servicios de suscripción, el director ejecutivo ha asegurado que "están experimentando un gran impulso". Así, YouTube Music y Premium tiene más de 100 millones de suscriptores, cifra que incluye las pruebas. El objetivo para 2025 es "ofrecer nuevos beneficios a los suscriptores de YouTube Premium", apostilla el Mohan.

20 AÑOS DE YOUTUBE

La historia esta plataforma comenzó el 14 de febrero de 2005, fecha en que se registró el nombre de dominio de Youtube, si bien el primer vídeo se publicó en mayo, en la primera beta pública del servicio. Finalmente, en diciembre de 2005 fue cuando se lanzó esta plataforma de forma oficial.

El primer vídeo que se publicó a modo de prueba dentro de la beta privada (en concreto, el 23 de abril de 2005) fue uno titulado 'Me at the zoo' (Yo en el zoo), de apenas 18 segundos. En él aparece uno de los cofundadores en un zoológico de San Diego con elefantes detrás

Netflix pone los videopodcast en su radar y corteja a los creadores de contenido



Ted Sarandos, co-CEO de Netflix, podría tener en el punto de mira los podcast en formato vídeo.

Lucia Moses, Geoff Weiss | Traducido por: Ramón Armero 12 feb. 2025 5:30h.

Los podcast podrían ofrecer contenido barato y potencial de crecimiento para los ingresos publicitario de la plataforma de streaming, rival de MAX, Amazon o Disney+.

El éxito de YouTube demuestra que los pódcast no son solo para escucharlos.

Netflix se ha pasado las dos últimas décadas revolucionando el negocio de la televisión. ¿Podrían ser los videopodcast —o podcast en formato vídeo— su siguiente apuesta?

La plataforma de streaming habría estado explorando la posibilidad de llegar a acuerdos con creadores de contenido, según han declarado a Business Insider cuatro expertos del sector familiarizados con la estrategia de Netflix. Esta decisión llega en un momento en el que YouTube se ha consolidado como elemento fijo en el salón de casa y como principal referencia en el sector de los podcast, lo que ha avivado el interés de la plataforma por este tipo de contenido.

Tal y como han asegurado a este medio de comunicación dos personas familiarizadas con esta situación, el año pasado, Netflix estudió la posibilidad de llegar a un acuerdo con Alex Cooper, creadora de contenido especialmente reconocida en Estados Unidos por el podcast de humor Call Her Daddy. Cooper acabó cerrando un acuerdo con SiriusXM por unos 125 millones de dólares (unos 120 millones de euros al cambio actual).

Business Insider se ha puesto en contacto con Netflix para ampliar esta información, pero la plataforma de streaming ha declinado hacer comentarios.

Un importante agente ha señalado a este medio de comunicación que, en conversaciones mantenidas en los últimos meses, el entorno de Netflix se ha mostrado receptivo ante la idea de aprovechar el talento de los creadores de contenido en formato de audio para presentar un programa de vídeo basado en charlas, después de haber expresado previamente su escepticismo con respecto a la posibilidad de que este formato fuese a funcionar en la plataforma.

"Están sopesando: '¿Es esto factible?', '¿Cuál tendría sentido para nosotros?', y preguntan por nombres concretos", ha afirmado este agente. "Es una forma de conseguir un volumen increíble de contenido por una fracción de lo que pagan por los presupuestos con y sin guion".



Netflix habría estudiado la posibilidad de llegar a un acuerdo con Alex Cooper (en la imagen), conocida en EEUU por el podcast humorístico 'Call Her Daddy'.

Esta persona, junto a otros profesionales del sector, ha hablado con Business Insider con la condición de permanecer en el anonimato para proteger sus relaciones comerciales, pero este medio de comunicación ha corroborado sus identidades.

Las incursiones anteriores de Netflix en programas de entrevistas han girado generalmente en torno a cómicos estadounidenses y, a menudo, han sido de corta duración. La plataforma de streaming no ha abandonado por completo ese enfoque. El mes pasado, Netflix anunció que había contratado a John Mulaney para un programa de 12 semanas de duración, Everybody's Live with John Mulaney. Este contenido llega después de otro programa de 6 semanas, John Mulaney's Everybody's in LA, y de otros proyectos que Mulaney ha firmado con la plataforma.

Sin embargo, el empeño por fichar a creadores de podcast sería un indicio del interés general de Netflix por trabajar con influencers y creadores de contenido, según han explicado a Business Insider varias personas del sector. En los últimos meses, la plataforma de streaming ha dado la bienvenida a celebridades surgidas de YouTube, como los artistas The Sidemen o la educadora infantil Ms. Rachel.

Los videopodcast podrían ser una prolongación natural de ese esfuerzo.

"Podría imaginar un mundo en el que solo se transmitiesen audio y vodcasts en Netflix, de modo que pudiesen ofrecer un lugar todo en uno para mantener a los usuarios en su plataforma para todo", ha indicado Jessica Cordova Kramer, cofundadora de Lemonada Media (una empresa que trabaja con Julia Louis-Dreyfus y Meghan Markle en sus podcast), a este medio de comunicación.

Los podcast en formato vídeo pueden resultar atractivos para Netflix y otras plataformas de streaming porque son más baratos que los programas de televisión tradicionales, sus calendarios de lanzamiento regulares pueden generar un hábito en los espectadores y pueden ayudar a aumentar los ingresos publicitarios al añadir inventario adicional a su catálogo.

"Hemos hablado con varias plataformas de streaming que buscan asociarse con nosotros para obtener contenido con licencia", ha defendido Cordova Kramer.

Cada vez hay más podcast

Netflix está viendo cómo YouTube se ha convertido en la principal plataforma de podcast. La filial de Google logró superar a Spotify y a Apple a partir del cuarto trimestre de 2024, según Edison Research. De hecho, creadores de contenido como Tana Mongeau y Logan Paul están persiguiendo el boom de los podcast creando sus propios programas, ayudando a expandir su negocio a través de giras, merchandising y demás.

Muchos podcast, especialmente los de entrevistas, ahora también tienen una faceta de vídeo. Edison ha constatado que, a finales de 2024, el 89% de los oyentes semanales de podcast de la generación Z veían —o escuchaban— sus podcast con vídeo. YouTube ha detallado que, en 2024, sus usuarios vieron alrededor de 400 millones de horas de podcast en sus televisores.

Esta tendencia ha acercado el formato a los programas de entrevistas diurnos y nocturnos que han estado en la televisión durante décadas, según Ray Chao, vicepresidente sénior y director general de audio y vídeo digital de Vox Media.

Chao ha apuntado que otras compañías de televisión, aparte de Netflix, ya han estado buscando programas de entrevistas que comenzasen en el ámbito digital. Este experto en el sector ha mencionado a Pat McAfee en ESPN y a Hot Ones en Hulu. Chao se ha negado, eso sí, a comentar las oportunidades de negocio en las que Vox Media está trabajando en este segmento.



El podcast 'SmartLess', presentado por Jason Bateman, Will Arnett y Sean Hayes, dio lugar a una serie documental de gira en MAX.

Los expertos del sector dicen que la entrada de más plataformas en esta refriega podría convertirse en toda una bendición para el sector de los podcast.

"Los podcast han pasado por muchas cosas en los últimos 18 meses", ha argumentado el fundador de Pave Studios, Max Cutler, refiriéndose así a la actualización de iOS 17 de Apple, que cambió las descargas de audio y afectó a sus anuncios. "Que alguien como Netflix entre en escena ayudará realmente a aumentar el pastel global de oyentes y espectadores".

¿Qué quiere Netflix?

Los expertos en esta industria sostienen que Netflix podría llegar a acuerdos en varias direcciones. La plataforma de streaming podría licenciar podcast ya existentes y renunciar a la exclusividad, como hizo con The Amazing Digital Circus, un programa de YouTube que llegó a Netflix en EEUU en octubre del año pasado.

La plataforma también podría querer algo único, según han defendido hasta tres personas familiarizadas con sus planes. En el caso de Cooper, Netflix habría expresado su interés en crear programas originales en torno a esta estrella, ha señalado una de las personas familiarizadas con dichas negociaciones. Un modelo podría ser algo como Smartless: On The Road, de MAX, un programa basado en el popular podcast de Jason Bateman, Will Arnett y Sean Hayes.

Netflix podría incluso querer programas solo para sí misma o al menos en exclusiva durante un cierto periodo de tiempo antes de que estén disponibles en YouTube. También podría ofrecer a sus suscriptores una versión sin publicidad como ventaja sobre la versión de YouTube, o buscar contenido complementario de los presentadores más allá de la propiedad principal del podcast.

Ninguno de los expertos que han hablado con Business Insider piensa que Netflix esté a punto de desafiar a YouTube en un futuro cercano, pero algunos se imaginan un día en el que la plataforma pueda ofrecer una sección dirigida por creadores de contenido o una versión gratuita de su servicio, lo que podría mermar el dominio de la filial de Google.

Un desafío a corto plazo: es probable que Netflix quiera entrar en el negocio de los podcast con los creadores de contenido más importantes en Estados Unidos, pero ya no quedan muchos disponibles.

Personalidades como Cooper, los chicos de Smartless o Dax Shepard ya han sido fichados por ingentes cantidades de dinero. Una posible candidata sería Kylie Kelce, esposa de Jason Kelce, que acaba de superar a Joe Rogan como la creadora de contenido más popular en Apple y Spotify. Por otra parte, la plataforma también podría buscar a aquellos que puedan construir algo sobre los cimientos de su vertical de comedia, como Tony Hinchcliffe, que ya presentó el festival de comedia de Netflix, Netflix is a Joke.

Aun así, los entendidos de la industria han concluido que, en general, solo es cuestión de tiempo que se cierren más acuerdos de este tipo.

"Si la primera ronda de grandes expansiones y adquisiciones de podcast vino de la mano de Spotify, Apple y Amazon, la siguiente ronda probablemente vendrá de la mano de las plataformas de streaming", ha anticipado Cutler.

Aclaración: Mathias Döpfner, consejero delegado de la matriz de Business Insider (Axel Springer), es miembro del consejo de administración de Netflix.

The New York Times

Netflix Scurries to Stem Oscar Fallout From 'Emilia Pérez' Scandal

Netflix had thought the movie could deliver the company its first best picture award. But comments from its star have put it on the defense.



The actress Karla Sofía Gascón, the star of “Emilia Pérez,” posted a series of derogatory comments years ago on Twitter, now known as X.

By **Nicole Sperling** Feb. 10, 2025

Two weeks ago, Netflix’s chief content officer, Bela Bajaria, strutted across the stage of the Egyptian Theater in Los Angeles and crowed about the company’s 13 Oscar nominations for its Spanish-language musical, “Emilia Pérez.”

“We just received more Oscar nominations than any other studio,” she boasted.

Finally the most coveted prize, the Academy Award for best picture, which had eluded the streaming giant, seemed within its grasp.

How fleeting that moment would prove to be.

Just three days later, Netflix was releasing an apology on behalf of the film's lead actress, Karla Sofía Gascón — the first openly trans actor to be nominated for an Academy Award — after a journalist resurfaced a series of derogatory comments Ms. Gascón had posted years ago on Twitter, now known as X. In them, she denigrated an array of people, from Muslims to George Floyd, and even the Oscars.

The streaming giant has one of the largest global awards operations in the business. Under the guidance of Lisa Taback, a leading Oscar strategist who cut her teeth in the rough-and-tumble campaign era of Harvey Weinstein, the company employs around 60 people dedicated to promoting their movies and shows for various awards shows, including the Oscars, the Emmys and the BAFTAs in Britain.

But instead of playing offense, Netflix now finds itself trying to limit the fallout, and save the chances for nominees like Zoe Saldña, who is up for best supporting actress for her role in the film.

The company has removed Ms. Gascón from billboards around Los Angeles that featured her alone (she remains in some group ads) and in email blasts to Oscar voters. During three awards shows over the weekend, Ms. Saldña carried the film's torch, accepting the Critics' Choice Award for best supporting actress and calling her film "the little movie that could."

On Saturday, Ms. Saldña hopped with the film's director, Jacques Audiard, from the Directors Guild of America Awards, where she introduced the film, to the Producers Guild Awards just down the street, where she did it again. Ms. Gascón had initially been set to introduce the film with Ms. Saldña.

"I don't think I've ever seen a situation like this, where a movie's destiny has shifted like an asteroid hit it," Stephen Galloway, the dean of Chapman University's film school, said in an interview.

Netflix declined to comment.

At first, Netflix's team was hopeful that Ms. Gascón's contrite apology would quell the noise, according to two people with knowledge of discussions inside the company. Ms. Gascón had other plans. On Wednesday she penned a long missive on Instagram saying the posts had been taken out of context. She then appeared on CNN en Español for a tearful hourlong interview where she said she would not withdraw from the Oscar race.

Netflix didn't know about either promotion until they were public, said the two people with knowledge of discussions inside the company. Ms. Gascón could not be reached for comment for this article. In a post on Instagram on Thursday, she wrote: "hoping my silence will allow the film to be appreciated for what it is, a beautiful ode to love and difference."

Netflix continues to spend money on its other “Emilia Pérez” stars and its director, but the company didn’t offer to pay for Ms. Gascón’s flights for this past weekend, three people with knowledge of the decision said. She had been scheduled to appear in Southern California for a litany of events: the American Film Institute luncheon; the Critics’ Choice Awards, where she was nominated; the Producers Guild Awards; and the Santa Barbara International Film Festival, which had intended to give her an award along with her co-star Selena Gomez and others.



Ms. Gascón, fourth from left, with co-stars and Netflix executives in October. The company has recently removed Ms. Gascón from billboards around Los Angeles that featured her alone.

When Ms. Taback joined Netflix in 2018 with her team of four employees, it was to scale up the tech company’s Hollywood aspirations. (She had already worked with the company to win its first Oscar, the best documentary short for “The White Helmets.”) With a hefty salary and seemingly unlimited resources, Ms. Taback often outspent her competitors in extravagant ways. (Renting out two soundstages for a museum-style exhibit that showed off the costumes for “Roma,” Alfonso Cuarón’s black-and-white drama, was one such example.)

The company’s nominations are always greater than its wins, but the resources invested over the past seven years have helped lure filmmakers to the streaming giant, especially those concerned about the company’s reluctance to debut its films theatrically. And it has worked, to an extent.

“Hollywood doesn’t understand what makes Netflix work. It’s not Academy Awards. It’s the algorithm,” said Richard Greenfield, an analyst and partner at the media research firm LightShed Partners. “Awards are to appease the Hollywood system. If I were Netflix, I’d spend twice as much.”

Martin Scorsese, Bradley Cooper, Jane Campion, David Fincher and Noah Baumbach have all brought their passion projects to the service. In some cases it was because the films were either not commercial enough or too expensive to get made at traditional studios, but also because they would be taken care of at Netflix.

“Netflix guaranteed my complete freedom in terms of putting together my team and the final-cut privilege, which only godlike filmmakers such as Spielberg get,” Mr. Scorsese said in 2019 about his three-and-a-half-hour film “The Irishman,” which was nominated for 10 Oscars. It won zero.

“Emilia Pérez” was a bit different. Netflix, at the behest of its new film chairman, Dan Lin, bought the U.S., Canadian and British rights to the finished film out of the Cannes Film Festival last year for \$8 million. (The female cast, including Ms. Gascón, Ms. Saldaña, Ms. Gomez and Adriana Paz, collectively won the festival’s best actress award.) To many, acquiring 13 Oscar nominations for a Spanish-language musical starring a trans actress with a French director that few Netflix subscribers have watched is a feat unto itself.

Setting Ms. Gascón’s controversy aside, those inside the company say they don’t expect its awards strategy to change. Money will still be spent. Events will still be extravagant.

There will, of course, be one alteration: The social media accounts of anyone Netflix is considering teaming up with will be looked at much more closely.

Nicole Sperling covers Hollywood and the streaming industry. She has been a reporter for more than two decades.

Television industry

‘We have to reset’: Britain’s TV industry struggling in big-budget streaming era

Some see ‘tipping point’ as BBC and others are priced out of high-end dramas, as others say industry must simply adapt

Mark Sweney Fri 7 Feb 2025 07.00 CET



Paul Anderson (left) and Cillian Murphy in Peaky Blinders. Netflix struck a deal to take the BBC hit global in 2014. Photograph: Robert Viglasky/BBC/Caryn Mandabach Productions

From the star of the Golden Globe-winning series *Wolf Hall* taking a major pay cut, to the BBC shelving premium TV projects due to a lack of funds, UK broadcasters are increasingly being priced out of the Netflix-fuelled golden age of big-budget drama.

Over the past year some of the industry’s biggest names have provided evidence to MPs on the culture select committee, painting a grim picture of the struggles of the UK’s public service broadcasters – such as ITV, the BBC and Channel 4 – to fund the kind of high-end TV dramas that viewers now take for granted in the streaming era.

Last month, Peter Kosminsky, the director of *Wolf Hall*, said he, its star Mark Rylance, and others all had to accept a “significant” reduction to their pay to get a second series of the acclaimed BBC drama made because no streamer would agree to co-fund it.



Mark Rylance and Ellie de Lange in *Wolf Hall: The Mirror and the Light*. Photograph: Nick Briggs/BBC/Playground Entertainment

Featherstone told the inquiry by MPs that the BBC had multiple shows it could not afford to fund “through no fault of its own”.

Last year, Lindsay Salt, the BBC’s director of drama, said: “We need co-production at the BBC,” she said. “We can’t afford to fully fund shows.”

The financial challenges facing the UK’s domestic broadcasters were laid bare on Thursday when figures from the British Film Institute revealed that the amount they spent on premium TV shows costing at least £1m an hour to make plunged last year by a quarter to the lowest level since 2019.

Jane Featherstone, a co-founder of *Sister*, whose hit dramas include *Black Doves* and *Chernobyl*, has said the industry is at a “tipping point” and that the sustainability of the high-end TV production model for UK broadcasters is now in question.

However, others argue the industry is working its way through multiple market corrections and one-off impacts such as Covid production shutdowns and the Hollywood actors’ and writers’ strikes, and that broadcasters and producers just need to adapt.



Jared Harris and Emily Watson in Chernobyl. Photograph: Liam Daniel/Sky UK/HBO

“There is a reset going on rather than a catastrophe,” says Patrick Holland, the executive chair of Banijay UK, the production group behind shows including SAS Rogue Heroes for the BBC and The Rig for Amazon. “It is definitely the case that there is a huge amount of pressure in commissioning and the costs are very high. Drama costs have risen exponentially.

“Until just after the pandemic there was a model that had evolved where the public service broadcasters could keep up to a certain level, where shows didn’t cost the earth to make. That model continues to work in some areas of the business.

“I am ever the optimist. We have got to try and reset and work out a way to build slates that are sustainable, rather than one show that costs a fortune, making it impossible to see other shows through.”

For nearly a decade after the international rollout of the streaming giants, led by Netflix in 2012, the industry feasted on huge investment in the battle to build a content arsenal of expensive shows to build global scale, which dramatically inflated the production costs of high-end TV shows in particular.

Despite the competitive pressure that came with rivals entering the fight for viewers and subscribers, broadcasters’ programme-making aspirations benefited handsomely from deals with deep-pocketed streamers, such as the funding deal struck by Netflix to take the BBC hit *Peaky Blinders* global in 2014.

That year – just two years after Netflix launched in the UK – the high-end TV production market was worth £640m, with just 30 shows classified as funded or co-funded by streamers.



Benjamin Zephaniah and Aidan Gillen in Peaky Blinders. Photograph: TCD/Prod.DB/Alamy

By the peak of the streaming wars in 2022, fuelled by the race to restock content post-Covid, the premium TV market was worth £5.1bn, with almost 160 productions attributed to streamer funding or co-funding.

Since then, almost £2bn in annual spend has disappeared, although the latest BFI figures show a slight uptick to £3.4bn last year, as the streamers have cut back on profligate spending to focus on profitability.

“What we are seeing is a fall from the point of peak drama, but there is still more than has ever been made, and it is of the highest quality,” says Wayne Garvie, the president of international production at Sony Pictures Television, the parent of producers behind shows including *The Crown*, *Outlander* and *Cobra Kai*.

UK broadcasters, already struggling under high-end TV production costs of as much as £5m an hour, have tightened commissioning spend amid an advertising downturn and significant cost increases due to soaring UK inflation. The BBC has also had to contend with several years of a frozen licence fee.

“This perfect storm has made things more precarious for public service broadcasters,” says Salt. “We remain determined, front footed and nimble and are supporting our world-class producers to get their shows up and running without ever diluting their creative integrity and ambition. We commission more drama than anyone else in the UK.”



Claire Foy and Matt Smith in *The Crown*.

The impact on the UK production sector has been brutal, with many smaller producers either shutting, merging with others or struggling to remain financially afloat in the hope the market will recover.

“The mantra last year was ‘survive until 2025,’” says one production company executive. “Now it’s ‘hang in there until 2026’. It’s pretty bad out there.”

As US streamers take a circumspect approach to funding, with a sharp focus on owning all rights to shows exclusively, the market may take years to rebound to the post-pandemic peak.

“There is a short-term, immediate problem at the moment because it is difficult to get that all-important American pre-sale,” says Garvie. “And post the Hollywood strikes, and with streamers seeking sustainable profitability, there is a moment of reflection that is creating pressure on British-made dramas. American sales have dried up, that is the biggest problem. But I think that will change in the next year to 18 months as British content is of a very high standard and there will still be a demand for it.”

Industry figures including Featherstone and Jane Tranter, a co-founder of Bad Wolf, which makes shows including *His Dark Materials* and *Doctor Who*, have called for alterations to the existing “blunt tool” tax credit for high-end TV to relieve the cost-of-production pressure.

Last year the government announced a new enhanced tax credit for independent film productions up to £15m, to support a sector that has produced lower-budget films such as *The King’s Speech*, *The Full Monty* and *Slumdog Millionaire*, as that sector focuses ever more on mega-budget blockbusters.



Ncuti Gatwa, Nicola Coughlan and Jonathan Aris in the 2024 Doctor Who Christmas special.
Photograph: James Pardon/BBC Studios

However, one industry source said the government would have to think carefully about “intervening to sustain inflation” in the high-end TV market. They suggested perhaps a focus on production incentives for £2m- to £3m-an-hour projects that fall in the mid-range of the current market expectation for making premium TV content.

Despite the current trials, tribulations and financial pressures, Garvie says there is no question the UK is still riding high on the premium drama boom instigated by the global streamers.

“If you’d have said to drama producers 20 years ago, when reality TV formats ruled the world, that we would be in a business today where free-to-air broadcasters would be able to make as much high-quality drama as they do, and that international streamers would pay Hollywood budgets and distribute shows around the world but that you would keep the rights, broadcasters would have bitten your hand off.”

This article was amended on 8 February 2025 because British Film Institute data showed the amount UK broadcasters spent on premium TV shows costing at least £1m an hour to make had fallen by a quarter last year to the lowest level since 2019, not since 2015 as an earlier version said, and also to add an additional quote from the BBC’s Lindsay Salt. It was further amended on 9 February 2025 because it was Jane Featherstone, not Salt, who said that the BBC had multiple shows it could not afford to fund.

Television industry

BBC and ITV slash big-budget TV spend as US streamers pour money into UK

Channel 4, Channel 5 and Sky also among UK broadcasters making cuts as Netflix, Disney and Amazon pile on pressure

Mark Sweney Thu 6 Feb 2025 14.00 CET



Mark Rylance, who had to take a significant pay cut, and Damian Lewis in *Wolf Hall*. There are fears UK productions are being priced out of the market. Photograph: Jay Brooks/BBC/Playground Entertainment

UK broadcasters slashed their spending on big-budget TV shows to the lowest level in almost a decade last year, even as their US rivals Netflix, Disney and Amazon ploughed hundreds of millions more into British-made premium content.

In a sign of the increasing competitive pressures of the streaming era, the amount spent on high-end TV shows costing more than £1m an hour to make by domestic operators such as the BBC, ITV, Channel 4, Channel 5 and Sky, plunged by a quarter last year to £598m.

Stripping out the anomaly of 2020, when Covid shut down all film and TV production, this is the lowest level of investment since 2019, according to latest annual figures released by the British Film Institute, the industry body, on Thursday.

While UK broadcasters remained under pressure – last year Channel 4 made its deepest job cuts in more than 15 years while Sky axed 1,000 roles in response to the shift away from satellite TV – investment from primarily US based media firms surged by a quarter.

Spend on British-made shows by the likes of Netflix, Amazon and Disney increased almost £600m year on year to £2.82bn in 2024. “Inward investment” on shows such as Netflix’s *The Immortal Man*, a *Peaky Blinders* continuation, and Rowan Atkinson series *Man vs Baby* accounted for 82% of the total £3.44bn spent on premium TV production in the UK last year.



Jessie Buckley in the TV mini-series *Chernobyl* (2019).

Industry figures such as Jane Featherstone, the co-founder of *Sister*, which co-produced *Black Doves* and *Chernobyl*, have warned that UK broadcasters are being “priced out” of the high-end TV production market.

Last month, Peter Kosminsky, the director of *Wolf Hall*, provided written evidence to a select committee of MPs investigating the UK production market stating that he, the producer, the writer, and the star, Mark Rylance, had had to take “significant” pay cuts to get a second series of the Golden Globe-winning drama made because no streamer would co-fund it.

Nevertheless, the BFI figures showed the UK high-end TV market returned to growth last year, having shrunk by 39%, just over £2bn, between 2022 and 2023 as the post-pandemic rush to restock content for viewers ground to a halt.



Keira Knightley in the British spy TV thriller Black Doves (2024), also co-produced by Jane Featherstone. Photograph: Stefania Rosini/Netflix

Last year, the total amount spent on high-end TV programmes produced in the UK grew by 11%, from £3.09bn to £3.44bn.

The figures also revealed the dramatic effects of the surging costs of making productions and signing talent, with the increase in overall spend coming despite more than 40 fewer premium TV shows being made last year.

In 2024, the BFI recorded 181 high-end TV productions, compared with 223 in 2023, the fewest since Covid hit in 2020.

In the UK film production market, spend on making blockbusters such as Jurassic World Rebirth, How to Train Your Dragon and the remake of The Running Man grew by almost a quarter to £2.12bn.

As with the high-end TV market, almost 90% of this spend came from the main Hollywood film studios such as Disney and Universal. In total, 191 productions were completed or started last year – 131 fewer than in 2023 and the fewest since 2020.

The BFI said the figures showed the impact of the long-running Hollywood actors and writers strikes in 2023. “As a consequence of the strikes, many film and high-end TV productions were paused or start dates were postponed, which impacted UK production spend over [three quarters of 2023] as well as rescheduling production starts in 2024,” it said.



How to Train Your Dragon. As with TV spend, spending in the UK film production market is coming mainly from the US. Photograph: Dreamworks Skg/Sportsphoto/Allstar

Overall, the combined spend on film and high-end TV production in the UK last year was £5.6bn, up significantly on the £4.7bn in 2023.

This article was amended on 8 February 2025 because British Film Institute data showed the amount UK broadcasters spent on premium TV shows costing at least £1m an hour to make had fallen by a quarter last year to the lowest level since 2019, not since 2015 as an earlier version said.

Feb 11, 2025 1:58am PT

BBC Studios Exits India Production, Inks Format Deal With Banijay Asia

By Naman Ramachandran



Criminal Justice

BBC Studios has confirmed that it is discontinuing its local production activities in India and has struck an exclusive multi-year partnership with Banijay Asia to adapt its formats for the Indian market.

The deal gives Banijay Asia exclusive rights to BBC Studios' unscripted and scripted format catalog in India. The agreement takes effect after BBC Studios completes its current production commitments in the region.

Once a prominent player with hits like local adaptations of "Criminal Justice" and "The Office," BBC Studios had positioned itself as a bridge between British storytelling and Indian sensibilities.

Banijay Asia, a joint venture between Banijay Entertainment and its founder-CEO Deepak Dhar, will leverage its local expertise to give BBC's formats an Indian flavor for broadcasters and streaming platforms.

The company has already demonstrated success in format adaptations, having brought shows like “Masterchef,” “Big Brother,” and “Temptation Island” to Indian audiences.

BBC Studios’ format library includes global hits like “The 1% Club,” “Dancing with the Stars,” “Weakest Link,” and “Great Bake Off,” along with scripted properties such as “The Office” and “Ghosts.”

“Banijay Asia is an outstanding producer with the creativity, vision and local expertise to bring BBC Studios’ rich catalog of formats to life for the Indian market,” said Jacob DeBoer, executive VP Global Entertainment for BBC Studios. He also acknowledged the legacy of BBC Studios’ Mumbai team, noting their contributions since launching “Jhalak Dikhla Ja” in 2006.

For Banijay Asia, which is also known for adaptations like “The Night Manager” and “Call My Agent: Bollywood,” this partnership strengthens its position in the Indian content market. “This strategic collaboration aligns with our vision of delivering high-quality, impactful content that resonates across platforms,” said Dhar.

Matt Forde, MD Global Entertainment for BBC Studios, added: “Our strategy is to deliver BBC Studios’ hit entertainment shows to audiences around the world, working with the best in the business to engage audiences locally. Banijay Asia shares our commitment to its craft and to powerful storytelling, with a proven track record in adapting hit shows that really breakthrough in India. We can’t wait to see what they will do with our world-leading IP.”

DEADLINE



HOME | NEWS

Studiocanal CEO Anna Marsh Talks Growth For Pan-European Giant, Recent IPO, Africa Investment & Plans For More 'Paddington' Movies

By **Diana Lodderhose** @dianalodderhose February 11, 2025 1:45am

Studiocanal is heading into a new era. Not only is the *Paddington* producer coming off the back of a banner year at the global box office, with its titles having grossed close to \$300M in 2024 (up 94% year-on-year), but in December its parent company Canal+ Group made a headline-grabbing debut on the London Stock Exchange after it was spun off from Vincent Bolloré's French media conglomerate Vivendi.

While the launch was well below the £6.7BN (\$8.3BN) valuation Vivendi had hoped for – Canal+ floated on the LSE with an initial market value of £2.5BN (\$3.1BN) – internally, the IPO (which marked the largest debut on the LSE since 2022) is viewed as a promising next step for the company as it continues the growth trajectory it has been on across the last two decades.

In addition to navigating controversial local shifts in media windowing on its home turf, the French film industry's biggest financial backer is eyeing an expansion in Africa through an increase in its 45.2% stake local platform MultiChoice, a move that will effectively double its subscriber base. Studiocanal is also planning its next moves in the *Paddington* franchise, which will include another feature film as well as a TV series and stage show.

It will continue to invest heavily in development and production finance – it deploys €200M (\$206M) per year in film and television productions – with upcoming feature titles including WWII title *Pressure*, starring Andrew Scott and Brendan Fraser, Glen Powell revenge thriller *Huntington* and James McAvoy starrer *Control*. On the TV side, it's drawing on its huge library of IP to reboot projects such as *The Wicker Man* and *The Avengers*. This week, Studiocanal will launch sales at EFM on a reboot of slasher *Silent Night*, *Deadly Night* from its new genre label Sixth Dimension.

IPO & Windowing

"We saw this as a great opportunity," Studiocanal CEO and Canal+ Group Deputy CEO Anna Marsh tells *Deadline* in a rare interview at the company's Paris headquarters. "The group is in a true development phase and the London Stock Exchange listing will enable us to use stock as currency to expand as well as opening up opportunities that we simply didn't have before."

Studiocanal currently operates in France, the UK, Ireland, Germany, Austria, the Netherlands, Belgium, Luxembourg, Poland, Australia and New Zealand. It invests in around 80 releases per year, of which 30 are self-produced. It holds stakes in 19 production companies, including wholly owning British TV indie Red, with minority stakes in Andrew Rona and Alex Heineman's The Picture Company, Benedict Cumberbatch's SunnyMarch, UK outfit Urban Myth Films and Spain's Bambú Productions. It also has offices in L.A., New York and Beijing.



Marisa Abela as Amy Winehouse in Studiocanal's 'Back to Black' Dean Rogers/Focus Features

The company has worked with all the major streamers across the years, in different capacities. In 2021, it co-produced an adaptation of Matt Haig's book *A Boy Called Christmas* with Netflix while a few years later, Studiocanal fully financed The Picture Company production *Role Play* with Kaley Cuoco and David Oyelowo, which Amazon Prime Video took U.S. rights and many offshore territories.

Through its Spanish production company Bambú, it produced *Now and Then*, the first Spanish-language TV series for Apple+ while UK outfit Red is behind many of Harlan Coben's TV series on Netflix such as *Fool Me Once* and *The Woods*. Hulu took U.S. rights to *Paris Has Fallen*, the Studiocanal series based on Gerard Butler's *Has Fallen* film franchise. In France, Netflix had the second window for its local hit *Beating Hearts* after Canal+'s pay-TV window.

"Every single one of these platforms have their editorial or creative idiosyncrasies and when we put a film or TV series together, we know which door we should knock on in terms of the story we're trying to tell," says Marsh. "Canal+ is definitely complimentary. Some of the movies we can make with a platform but also release in our territories directly where other times we are quite experimental.

"Nothing precludes us, for example, of releasing a movie for Netflix in theaters and having it on Netflix afterwards or selling to a free TV channel. You just have to be open-minded, and I think these days platforms understand that partnerships are really important, and that production is a slow and expensive process. Working with partners, you can be more agile, quicker and deploy less capital. But because we're a streamer ourselves, we certainly don't close the doors to any of those partners."

French media chronology remains a hot button topic as global streamers have shaken up the landscape since their entry into the country. A few weeks ago, Disney+ signed a landmark deal in France, committing it to investment obligations in French and European works for a shorter release window of nine months after theatrical release (against a current window of 17 months). Canal+ CEO Maxime Saada has been vocal about what this will mean for the French landscape, and said Canal+ will look to trim its windows across both its pay-TV offering and streaming services.

"Granting Disney the broadcast of films nine months after their release for €35 million per year, where Canal+ now pays €220 million for a six-month broadcast, mechanically degrades the value of cinema," said Saada in an op-ed in *Le Monde* last week.

"Selling access to the first operating windows thus jeopardizes the first pillar of the model, the financing of cinema," he continued. "Canal+, its main financier, will therefore be forced to adapt and reduce its investments. This new situation also risks making a crucial financing window disappear by leading to the merger of two operating windows, that of pay television and that of platforms, which are now separate."

Growth in Africa and beyond

While the pan-European giant doesn't have direct distribution in the U.S., Marsh indicated that the company is not ruling it out. "The U.S. is a really important territory, particularly when it comes to the theatrical market, and it's certainly one that we're keeping an eye on," she says. The IPO will give the company more wind in its sails and "growth will certainly be organic and through external opportunities."

More immediately, Marsh says the group is looking to expand in Africa with a focus on English-speaking countries. Canal+, which has had a strong presence in French-speaking Africa for decades, currently owns a 45.2% stake in the continent's leading platform MultiChoice. "There are ongoing discussions to increase our ownership in that company," she says.

Presently, Canal+ Group's pay-TV platform operates in 52 countries, with more than 26.4 million subscribers, of which two-thirds are from outside of France. Adding MultiChoice's 20.1 million (mostly English-speaking) subscribers, would mean the multi-billion acquisition would place the French company among the top five biggest entertainment companies in the world and the biggest outside of the U.S.

"It's an incredible opportunity, not only for the Canal+ Group, but also for Studiocanal when it comes to our growth and production strategy," says Marsh. "Just being able to tap into that incredible English-speaking subscriber base really opens things up."



'Spinners' is a co-production between MultiChoice's Showmax and Canal+ Showmax

She stresses that "investing in local content is really important" to the group, noting that the move will allow them to tap into South Africa's local industry. Canal+ and MultiChoice co-produced TV series *Spinners*, which Studiocanal distributed around the world. The company also recently shot John Patton

Ford's revenge thriller *Huntington*, starring Glen Powell, Ed Harris and Margaret Qualley, on location in South Africa, using local crew and tapping into the nation's 25% plus tax incentive.

There are plans to make "many more projects" in the country, says Marsh, and the company is already in development on "one massive South African story" which it is making as a feature film and will announce soon.

Canal+ has also been aggressively investing in Southeast Asian streamer Viu, where it owns a 36.8% stake, and also has a 29.3% stake in Swedish streamer Viaplay.

There are also plans to move more into the elevated genre space. Last year, the company tapped Jed Benedict to head up new in-house genre label Sixth Dimension. Reporting to Studiocanal EVP of Global Production Ron Halpern, Benedict will look to identify high concept horror, thriller and science fiction films that the group can develop, produce, acquire and distribute. The label recently announced its first title, a reboot of 1984 slasher *Silent Night, Deadly Night*, which the company will distribute in its own territories and shop to buyers at EFM.

In addition to Benedict, Studiocanal made a number of key hires in 2024, including M-K Kennedy as Executive Managing Director for TV Series and Isabelle Pain as Head of Global Acquisitions and Analytics. Anne Chérel was promoted to Chief Commercial Officer while Chloé Marquet was promoted to Head of International Sales for Films and TV series and Françoise Guyonnet was upped to CEO of Studiocanal Kids and Family

Banner year

Studiocanal's 2024 bumper year was buoyed by a raft of its own productions: *Paddington in Peru* has taken \$104M globally and has yet to open in major markets such as the U.S., Germany, France and South Korea; Andrew Garfield and Florence Pugh starrer *We Live In Time* is closing in on \$65M; Amy Winehouse biopic *Back to Black* earned \$15M in the UK; Olivia Colman and Jessie Buckley starrer *Wicked Little Letters* took \$12M in the UK; while French production *Beating Hearts* took a huge \$30M at the local box office, marking the company's highest-grossing film in France to date. Its global box office tally of nearly \$300M in 2024 is four times higher than compared to 2021 (\$75M) and nearly double of 2023's takings (\$155M).

Paddington is a prime example of how the group can exploit IP. Studiocanal fully-financed the \$130M third instalment of the franchise. While not a critical hit compared to its predecessor *Paddington 2* (which has a score of 99% on Rotten Tomatoes), the film was the highest opening of the franchise when it was released in November. "There will be a fourth film," says Marsh. "We're thinking about the next movies and we're working on a new TV series as well as the stage show musical with Sonia Friedman and Eliza Lumley."

Investing in development is paramount to the company, with Studiocanal veteran Halpern playing a key role in nurturing projects from script to screen.

“When you’ve got an excellent script that attracts excellent cast, then you’re going to find partners quicker and have a higher chance of getting the movie made,” she says, highlighting *We Live in Time* as a prime example. “Andrew Garfield and Florence Pugh agreed to make this movie quite quickly because of Nick Payne’s fantastic script.”

With its major productions, U.S. partners are key. It partnered with Focus for Amy Winehouse biopic *Back to Black*, Sony for *Paddington in Peru* and A24 for *We Live in Time*. “We definitely try to find a U.S. partner before the cameras roll because it helps us at the final stages of development to nail our story and make sure we can resonate with an American audience,” she says. “Often we come to a U.S. partner when it’s fully packaged, but sometimes we can go and cast the final pieces together and then what’s really important is the dating.”

She continues: “More and more we’re seeing that you really need to be creating an event that is global and worldwide, rather than a stop and start where Europe may release a movie, and you have to wait a long time before it comes out in the U.S.”



‘Beating Hearts’

International rise

Marsh has been with Studiocanal since 2008 and has earned a reputation for being one of the savviest European execs in the business. A New Zealand native, she moved to France after university where she attended the prestigious HEC Paris Business School, whose notable alumni include Kering CEO François-Henri Pinault and former French President François Hollande.

“My dream was to work in the culture business in Paris, because I had such an admiration for the French passion for culture and cinema,” says Marsh.

She started her career at French TV production outfit Tele Images before moving to TFI International where she worked across *La Vie En Rose*, which saw Marion Cotillard earn a Best Actress Oscar for her turn as iconic French singer Edith Piaf.

“That was a real opportunity to understand how things work, the ins and outs of the business and the fact that non-English movies can travel and have potential to resonate worldwide on the big screen,” she says.

But for Marsh, the end goal was to work at Canal+. At the time, Canal+'s Studiocanal banner was ramping up its overseas acquisitions, buying UK distributor Optimum Releasing in 2006 followed by German production-distribution banner Kinowelt.

“It seemed to be the most globally facing company, even back then, amongst all the French studios,” she says. “You could just feel this real pull towards the international globalization of Studiocanal, which fitted my career perfectly at the time.”

She joined Studiocanal as VP of International Sales to Head and quickly rose up the ranks to International Sales and Head of International Distribution Strategy, working across titles such as Atom Egoyan's *Chloe*, the first international production fully financed by Studiocanal, as well as *Paddington* and Liam Neeson starrer *Non-Stop*.

“It was an incredible opportunity to work on the sales side but also understand the ins and outs of distribution, picking the right dates, coming up with a media plan and deploying P&A dollars, working with our third-party partners in conjunction with the Studiocanal territories to establish a global distribution strategy,” she says.

Marsh credits Saada as being a big supporter as she climbed the ranks at Studiocanal from EVP of International Distribution to MD of Studiocanal UK and then CEO of Studiocanal in December 2019. Her tenure across different parts at the organization has, she says, “really enabled me to identify the challenges and support the teams to achieve their goals.”

Back catalog

Studiocanal sits on one of the biggest and most diverse film libraries in the world, with nearly 9,000 titles in the catalog, ranging from classics such as Jean-Luc Godard's *Breathless*, Carole Reed's *The Third Man* and Humphrey Bogart and Katharine Hepburn starrer *The African Queen* to franchises such as *The Avengers*, *Rambo* and *Bridget Jones*.

Being able to tap into this wealth of IP and find stories that can be adapted for modern audiences is a key part of the gameplan moving forward. A remake of library title *Escape From New York* is still in the works with 20th Century Studios and The Picture Company, with Studiocanal retaining distribution rights in several territories.

Huntington, which is being produced with Graham Broadbent and Pete Czernin's Blueprint Pictures (a frequent collaborator with Studiocanal) with A24 releasing in the U.S., is an adaptation of Robert Hamer's British crime black comedy *Kind Hearts and Coronets*, which sits within the Studiocanal catalog.

Likewise, Robin Hardy's horror classic *The Wicker Man*, which is also owned by the group, is being made into a TV series with Urban Myth Films and Andy Serkis and Jonathan Cavendish's *The Imaginarium*. There's also a reboot of iconic 1960s television series *The Avengers* in the works with *Industry* writers Mickey Down and Konrad Kay.

"We go above and beyond to restore our movies, re-release them and take them to a younger audience," says Marsh. "We're always thinking about remakes or reboots or spinoffs and how we can sell movies. There are so many clients around the world from the platforms to free-TV channels or pay-TV platforms to the distributors themselves, so we make sure no stone is left unturned, and we invest a lot into catalog sales teams so that they have a real depth of knowledge of every single market and what every client is wanting."

For Marsh and the group, the ambition is to continue to support talent and make movies that work for subscribers in France and the Canal+ Group across Europe, Africa and beyond.

"We're looking to grow with the group and make sure we are working together in the best possible way, optimizing synergies that can create event cinema and add value to the group," she says. "It used to feel like Studiocanal was its own island in the Canal+ group. But now we're definitely part of the same continent and we're working hand in hand to build the company, to tell better stories and to identify the best talent and help each other out when needed. And when that translates through to revenues and profits, then everybody's winning."

Hollywood Inc.

Television Academy to raise AI with lawmakers: ‘We want to focus on its ethical use’



An Emmy Award statue at the Academy of Television Arts & Sciences campus in Los Angeles. (Al Seib / Los Angeles Times).

By Meg James Feb. 10, 2025 2:46 PM PT

The Television Academy has long existed to celebrate industry excellence, handing out Emmy Awards each fall.

But the North Hollywood-based group has been branching out. Dramatic shifts in television platforms, production and technology — including the rapid adoption of artificial intelligence — have spurred the nonprofit organization to boost its role advocating for its diverse membership by taking a deeper look at public policy that affects the industry.

Television Academy Chairman Cris Abrego and Chief Executive Maury McIntyre have traveled to Washington this week to meet with lawmakers to discuss potential legislation on AI. The trip marks the academy leadership’s first major foray into lobbying.

Writers, actors and other artisans are concerned about the use of AI, fearing cost-conscious companies will turn to automated computer programs to wipe out jobs. The 2023 labor strikes stretched for months as the Writers Guild of America and the Screen Actors Guild-American Federation of Television and Radio Artists pushed studio chiefs to add artist protections.

“Television is being impacted,” McIntyre said in an interview.

The issue comes as the Television Academy is trying to broaden its mission to better serve its nearly 30,000 members, not just the lucky few who take home the trophy of a winged woman lifting an atom. The statuette was designed in the early years of the Space Age, more than 70 years ago when television was the upstart medium roiling the Hollywood studio establishment.

Abrego, a veteran reality show producer who has led the academy for the last year, and McIntyre are scheduled to meet with California Democratic Sen. Alex Padilla, recently elected Rep. Laura Friedman (D-Glendale) and Texas Democratic Rep. Joaquin Castro. They also plan to visit staff members of Sen. Todd Young (R-Ind.), Sen. Mike Rounds (R-S.D.) and California Republican Rep. Jay Obernolte.



Television Academy CEO Maury McIntyre, left, and Chairman Cris Abrego have traveled to Washington this week to meet with lawmakers. The trip marks the academy leadership's first major foray into lobbying.

The interview was edited for length and clarity:

Media companies, trade groups and unions already lobby in Washington. What is the goal of your trip?

McIntyre: We represent all aspects of television. There are issues that affect our members that we can approach in a completely nonpartisan way. AI [is] impacting our members significantly, and they need a voice because they are not being represented right now. We are absolutely focusing on issues that impact all of our members and representing them in a nonpolitical way.

How is the academy approaching AI and the challenges presented by it?

Abrego: This industry has long embraced technology. We want to be at the table to figure out how to best bring AI into our industry as a tool that helps us create more content. And we want to be mindful to protect people's individual rights so they [can] create their art.

McIntyre: We absolutely understand AI is a tool and as a tool that's going to be used, and we support its use. We are not going to Washington to try to say if there's any concern about using AI. We want to focus on its ethical use, specifically around copyright and artist protections. We are clearly an academy of storytellers and content creators and we want to make sure that those stories and content are being protected.

What is your benchmark for success for this trip?

Abrego: We want to make an impact so [lawmakers] know the academy can bring added value to their process of writing legislation. We sit in a unique position of hearing from our members — stunt people to visual effects to makeup artists and directors. We're not a union or a production company, but we want to create value for our membership, and we're part of the global economy.

Is the academy also advocating for measures to try preserve L.A.'s production economy?

Abrego: One hundred percent. A majority of our membership resides here in California, and it's crucial that production comes back. This is a massive effort, but one begins on the state level.

McIntyre: We've come out strongly in support of the expansion of the tax incentive that Gov. Newsom announced in his budget. We would be open to a conversation about a federal tax incentive to keep productions in the U.S. Productions are not just leaving California, they are leaving the U.S. So anything we can do to incentivize productions to stay domestic would be huge.

Hollywood Inc.

Will Trump have a chilling effect on Hollywood? Insiders say it's already happening



Jeremy Strong, left, and Sebastian Stan in the movie “The Apprentice.” (Festival de Cannes)

By **Samantha Masunaga** Feb. 11, 2025 3 AM PT

Eight years ago, Hollywood proudly donned the mantle of anti-Trump resistance.

This time around, the industry’s reaction can best be summed up by the tale of two Trump films.

Just two weeks before President Trump’s inauguration, Amazon Prime Video made an unexpected announcement — the company would release a documentary about Melania Trump, with the first lady serving as an executive producer.

Meanwhile, another Trump-related movie — “The Apprentice” biopic that chronicles the current president’s rise to power decades ago — still has not secured a streaming deal, despite two Oscar nominations for lead actor (Sebastian Stan as Trump) and supporting actor (Jeremy Strong as New York legal pitbull Roy Cohn).

The contrasting fates show the more muted mood in liberal Hollywood. There is a general sense of unease among industry insiders about what's to come, the speed with which Trump has enacted sweeping executive orders across the federal government — and the seeming buy-in from corporate leaders — and how that all could influence future creative content.

"I don't think that people have really figured out what to do yet, how to express themselves or what's going to be the most effective," said Tom Nunan, co-head of the graduate producers program at the UCLA School of Theater, Film and Television. "It's hard to be creative when you're afraid."

Major Hollywood players were loathe to confront Trump, even before his election. Despite its much-anticipated debut in Cannes last May, "The Apprentice" struggled to lock down a domestic theatrical distributor, particularly after Trump's then-presidential campaign threatened to file a lawsuit to stop the film.

"There was definitely reticence about getting involved with the movie after our Cannes premiere," said Amy Baer, one of the film's producers. "Enough to cool any potential interest we had."

While some distributors passed outright, there were others that "politely stepped away," she said.

Briarcliff Entertainment then took the film on. The distributor is no stranger to controversial or political topics, as it also released Michael Moore's documentary "Fahrenheit 11/9" about the first Trump presidency. By the time the deal closed, the team had just weeks to mount a theatrical release and marketing campaign before the election.

The film is available to rent and buy digitally through Apple TV, Amazon Prime Video and YouTube. While Briarcliff is in conversation with "various streamers," a company spokesperson said by email there wasn't anything yet to report.

Other films with political messages have faced a similar dilemma. "Union," a documentary about the first organizing effort at an Amazon warehouse, has also failed to get a distribution deal, despite making it on the Oscars short list, according to the Ankler.

Even in that climate, the news of the Melania Trump documentary caught some in the industry off guard. Not only has the documentary market this year been tough, but the quick pickup seemed in contrast to the fates of other politically-minded films.

The naming of the documentary's director, Brett Ratner, also turned some heads, as it will be his first major film since he faced allegations of sexual harassment that were raised nearly a decade ago by some female associates. Ratner has denied the allegations.

Besides the hefty \$40 million price tag Amazon reportedly paid to license the documentary, the news came just months after Amazon Chief Executive and Washington Post owner Jeff Bezos declined to run a planned editorial endorsement in his paper of former Vice President Kamala Harris. (Bezos said at the time that not endorsing presidential candidates would help restore trust in the Post.)

Observers saw the two actions as linked, an attempt to curry favor with the new administration, and one very much at odds with how the entertainment industry mounted a public resistance against the first Trump presidency.

During the last Trump administration, the entertainment industry launched a number of colorful and rich projects that challenged the norms of the time, just as Hollywood saw cultural shifts during the presidencies of George W. Bush and Richard Nixon.

After Trump left office, films like A24's "Everything Everywhere All at Once" and Netflix's comet satire "Don't Look Up" explored themes of large-scale destruction and what it takes to stop it. Former President Barack Obama and Michelle Obama's media company Higher Ground Productions last year expanded their high-profile first look deal with Netflix.

The recent fires in Southern California have also likely dampened the mood in Hollywood, which was already dour because of an ongoing financial retrenchment.

"Right now with crisis and the fires, there's a little bit of fatigue and certainly a little bit of shell shock from the speed with which the Trump administration has rolled out some of their proposals," said Steve Caplan, principal strategist at Los Angeles-based communications firm Message, who has worked in politics, advertising and entertainment for decades. "But people will be taking stock as the midterms and the governor's race grow nearer."

Nunan of UCLA described Trump as a "tipping point" or "force multiplier" for more liberal people in the industry who were already facing difficulties due to the current production slowdown.

"Just kind of a feeling of defeat has pervaded this place," he said. "And it's really unfortunate."

It's no secret that Hollywood has backed Democratic politicians for decades. Stars like George Clooney and Julia Roberts appeared at fundraisers for former President Joe Biden, with many in the entertainment industry later calling for Biden to quit the race after his disastrous first debate performance. Many of those Hollywood power players enthusiastically switched to support Harris during her campaign.

That may partly explain the current mood in Hollywood. At the Golden Globe Awards last month, which was held just weeks before Trump's inauguration, the show was largely politics-free, with host Nikki Glaser and presenters mostly straying from commentary on current events. (By the time the Grammy Awards were held earlier this month, however, award winners did not hold back.)

The long lead time for film development means that it's too soon to tell whether the new administration — and Hollywood's reaction to it — could have any effect on current or future projects. But Caplan of Message says the signs aren't good.

"If you look at the direction things are going, and the strategic decisions that are being made by brands of all kinds, companies of all types, it would indicate it's a very difficult environment to get these things done," he said. "We will see if creative and content is part of that, but early indications are that it will be a challenge."

Walt Disney Co

Disney cuts diversity category from executive pay scheme

Entertainment group faced allegations from conservative politicians that it pushed 'woke' agenda



Disney said it was updating 'how our values are embedded in our leader compensation programmes' © Bloomberg

Christopher Grimes in Los Angeles and **Anna Nicolaou** in New York FEB 12, 2025

Walt Disney has replaced diversity and inclusion as a standalone metric in setting executive pay, following volleys of criticism from conservative politicians who accused the entertainment group of pushing a “woke” agenda.

In an internal memo sent on Tuesday, the company said it was updating “how our values are embedded in our leader compensation programmes”. A new metric, “talent strategy”, was added to its executive pay scheme to replace the “diversity and inclusion” category, though it said “important concepts” from the old plan would remain in place. Its other performance categories, “storytelling and creativity” and “synergy” were unchanged.

Disney is also removing advisories that it plays ahead of some old films, such as Dumbo and Peter Pan, which warn viewers that they “include negative depictions and/or mistreatment of peoples or cultures”, according to a person familiar with the matter.

The moves, which were first reported by Axios, come after a wave of other large corporations have backed away from DEI programmes since the election of Donald Trump as president in November. Meta, McDonald's and Target are among the groups that have scrapped their diversity and inclusion programmes. Goldman Sachs on Tuesday abandoned diversity rules for initial public offerings.

Disney, which has a large and active base of LGBTQ+ employees, positioned its shift as an adjustment rather than a wholesale scrapping of DEI policies. It promised to keep hiring processes “barrier-free” and vowed to “purposefully champion a culture where everyone belongs”.

In 2022, Disney came under withering attack for its response to a Florida law to restrict discussion of sexual or gender identity in primary schools — a proposal that was labelled “Don’t Say Gay” by its critics.

Disney, which operates huge resorts and amusement parks in Florida, initially was criticised by LGBTQ+ employees for not taking a stand against the bill. But when Disney eventually opposed the proposal, the state’s governor, Ron DeSantis, took a series of actions to claw back Disney’s 50-year-old ability to run the property around its theme parks. The publicity around the episode made Disney a target for conservative activists seeking to row back DEI initiatives.

Since his return to the company in November 2022, Disney chief executive Bob Iger has sought to tamp down impressions that the company is pushing a political or social agenda.

“What I’ve really tried to do is return to our roots, which is to remember we have to entertain first. It’s not about messages”, Iger said at a 2023 conference. Iger said that Disney had “lost sight of what their number one objective needed to be . . . if you can infuse it with positive messages, have a good impact on the world, fantastic. But that should not be the objective”.

Anti-DEI campaigners and Republican politicians — including Trump — have hit out at Disney for featuring queer and minority characters in its films. Trump in December told supporters that former Marvel chair Ike Perlmutter had “got out of Disney because they went woke”.

“He didn’t want woke Donald Duck, right?” Trump said. Disney ousted Perlmutter in 2023.

In 2022, the Pixar film *Lightyear* attracted criticism from conservatives who were angered by the inclusion of openly gay characters. Last year, Pixar removed transgender themes from a streaming series called “Win or Lose”

In a sign of the delicate line it has to walk between employee concerns and an array of complex political pressures, Disney also announced on Tuesday that it was changing the name of an employee group to appear more inclusive. The “B” in the group once known as the Business Employee Resource Groups has been changed to Belonging.

Disney Softens Diversity Criteria Used to Determine Manager Pay



Walt Disney Studios in Burbank, California.

By **Thomas Buckley** 11 de febrero de 2025 at 19:37 CET

Walt Disney Co. is removing diversity from the criteria for determining manager compensation, saying leaders will now be assessed in part on how well they uphold company values and incorporate different perspectives.

Disney is also sunsetting the Reimagine Tomorrow inclusion program, which had drawn controversy. The conservative America First Legal Foundation filed a federal civil rights complaint against the company last year, claiming the program included directions for hiring that amounted to discrimination.

The changes were announced in an internal memo from Chief Human Resources Officer Sonia Coleman sent to employees Tuesday.

The Burbank, California-based entertainment giant is the latest company to soften its focus on diversity, equity and inclusion amid a growing backlash against such policies by predominantly conservative groups. In recent weeks, companies including McDonald's Corp., Amazon.com Inc. and Walmart Inc. have rolled back DEI programs, with President Donald Trump's administration increasingly questioning their legality.

"What won't change is our commitment to fostering a company culture where everyone belongs and everyone can excel, enabling us to deliver the globally appealing entertainment that drives our business," Coleman said in the memo.

As part of the change, internal employee organizations devoted to particular groups are being renamed Belonging Employee Resource Groups to highlight that they are focused on strengthening the workplace experience rather than the business as a whole. They were previously called Business Employee Resource Groups.

Axios reported earlier on the changes, adding that they also include different language in the content warnings than run before some films on the Disney+ streaming service.

Instead of saying a movie "includes negative depictions and/or mistreatment of peoples or cultures," the new wording says "this program is presented as originally created and may contain stereotypes or negative depictions," Axios reported.



Rafa Nadal, en el centro junto a Alejandro Blanco (COE) y José Manuel Rodríguez Uribe (CSD) y los deportistas olímpicos y directivos que acudieron al encuentro con el balear.

Espejo olímpico

N. ALBARRÁN, A. SANCHO
MADRID

Casi tres meses después de colgar la raqueta en la Final a 8 de la Copa Davis, Rafa Nadal fue objeto ayer de un merecido reconocimiento por parte del Comité Olímpico Español, en nombre de todos los deportistas del país. Seis representantes de varias generaciones hablaron de la influencia del balear en sus vidas y en sus trayectorias, y también le hicieron algunas preguntas en el Auditorio Goyeneche de la madrileña sede del COE.

Nadal descendió por las escaleras, con un micrófono inalámbrico, porque el acto fue retransmitido en directo por Movistar+, mientras era ovacionado. "Al que no le haya servido Rafa más allá del deporte, no

Nadal recibe el reconocimiento de los deportistas españoles en el COE ● "Mi agradecimiento es infinito", dice el balear

es humano. En todos los aspectos, el sacrificio, los valores... Yo sueño con ser una mínima sombra de lo que él ha sido", dijo el campeón olímpico de escalada

Alberto Ginés
"Al que no le haya servido Rafa más allá del deporte, no es humano"

Alberto Ginés, antes de que la taekwondista Adriana Cerezo, plata en Tokio 2020, le preguntara al ídolo qué se siente al ser él. "Yo siento lo mismo que vosotros. Soy una persona más. Siento una gran satisfacción al ver el cariño y el reconocimiento de la mayoría de la gente. La satisfacción de todo lo que me he esforzado para hoy estar retirado y en paz, habiendo hecho lo que podía. Me he sentido muy bien tratado por todos, compañeros y medios de comunicación. Ha sido un viaje muy bonito".

Después subieron al escenario el piragüista multimedallista (5) David Cal y la campeona de waterpolo Jennifer Pareja. "Quiero darle las gracias. Hay mucha

Alejandro Blanco
"El movimiento olímpico español e internacional necesitan a Nadal"

gente que mató a Rafa en la última etapa, le quiero preguntar si sintió miedo de no volver", intervino la ahora directora de ADO. "Todos los deportistas tenemos dudas. Pero las dudas son buenas. Nos hacen levantarnos. He tenido más parones en mi carrera que otros. Los he sufrido, pero yo creo que siempre mantuve la ilusión y la confianza en que las cosas iban a mejorar", respondió Nadal.

Faltaban por comparecer la judoca Isabel Fernández, oro en Sídney 2000, y un paisano de Rafa, el mallorquín Marcus Cooper, también oro, pero en Río 2016, ambos abanderados, en Atenas 2004 y en París 2024, respectivamente. "Nadal deja una enseñanza de valores. Hablamos de que es sobrehumano, pero yo creo que ha llevado lo



humano al 100%. Es una inspiración, una persona maravillosa, no solo un deportista maravilloso", siguió Cooper, que le pidió al manacorí que definiera la palabra éxito. "Para mí, es intentar acercarte lo máximo a tu máximo. Ganar o perder es un cúmulo de circunstancias. El mayor éxito es tener la satisfacción de haberte esforzado para intentar conseguir tus objetivos".

Agradecido. El presidente del COE, Alejandro Blanco, mantuvo una charla con Nadal. "Creo que este acto era necesario. En todos los campeonatos, siempre escuchaba la admiración de todos los deportistas hacia Rafa. Quería que él mismo lo escuchara. Si medimos a Rafa por los resultados, nos equivocamos. Lo que yo he notado es que nadie

ha conseguido tener tanta trascendencia fuera de su deporte como tú", reconoció el dirigente, que querría contar con Rafa en un futuro. "Va a desempeñar el papel que él quiera, aunque necesitará un tiempo de descanso. Pero el movimiento olímpico español e internacional no puede prescindir de él. Cuando le ofrezca sitio en el COE espero que no me diga que no", avanzó Blanco.

"Sí que me gustaría seguir ligado al deporte, pero cuando me preguntáis por ser presidente del Madrid, cada vez me lo interpretáis al revés, así que... (risas)", advirtió Nadal, que se encuentra "bien" después de su despedida y confesó que ha dejado un poco de lado el tenis. "No me aburro. Estoy siempre haciendo cosas. He jugado al fútbol 15 años después y no he vuelto a coger una raqueta; a eso hay que darle su tiempo". Al final, con la serenidad que se ha ganado a pulso, se despidió con elegancia. "Me ha hecho mucha ilusión estar con vosotros. He sentido el cariño de tanta gente, que la satisfacción y el agradecimiento son infinitos. Gracias al deporte en general y a todos", cerró. Gracias a ti, Rafa.

Nadal y el tenis
"No he vuelto a coger una raqueta; a eso hay que darle su tiempo"



UN PUNTO ES UN PUNTO

Jesús Sánchez@Sánchez_Jesús

UN HOMENAJE POR SI NADAL NO SABÍA LO QUE LE QUERÍAN

Rafa Nadal fue homenajeado ayer en la sede del COE, la casa del deporte español, en una brillante reunión en la que los feligreses de la iglesia que fundó con su espíritu el legendario tenista, nuestro deportista más querido e idolatrado, se congregaron para rendir culto al feroz competidor, al triunfador impenitente, al referente indiscutible de la cultura del esfuerzo al ritmo de un "vamoosoooo" que, paradójicamente, paraba el mundo.

Alejandro Blanco, siempre pragmático y efectivo, ha considerado que mejor tarde que nunca. Escoció lo de Málaga. Nunca le faltó criterio en general ni tampoco devoción por **Rafa**, en particular. Posiblemente de todas sus declaraciones grandilocuentes (y dulces) en torno al estado del deporte español, su visión de Nadal es la más certera, cual notario. "No sé si es el mejor deportista de la historia, pero el más admirado seguro. Quería que **Rafa** escuchase de los deportistas lo mucho que le admiran".

La reunión de ayer para agasajar a Rafa y repasar su espectacular trayectoria deportiva no sólo venía a cuento. Era una obligación moral y personal con el deportista legendario después de la floja despedida de noviembre, con una dolorosa derrota en la **Davis** mucho antes de lo previsto en esa semana, que provocó una ceremonia algo improvisada, con temperatura tibia, ni fría ni muy cálida. Hubo mucho vídeo y poco personaje célebre. Los aficionados del **Martin Carpena** no lo olvidarán, pero es devoción. No fue inolvidable. Falto aura, altura y grandeza. **Rafa**, que se merece todo, no necesitaba este amargo 'break' en un partido (el del adiós) que tenía ganado. El pelo no se puso de punta. Si pensamos cómo se despidió **Federer**...

De ahí que el **COE** haya venido a corregir un borrón injusto con la dimensión del mito. El acto, emitido por **Movistar Plus** y conducido por **Juanma Castaño**, fue correcto, sencillo y humano. Asistieron el secretario de Estado para el Deporte, **José Manuel Rodríguez Uribes**; así como **Marcus Cooper**, **Isabel Fernández**, **David Cal**, **Adriana Cerezo**, **Jennifer Pareja**, **Alberto Ginés**, **Jordi Xammar**, **Niko Shera**, **Isabel Fernández**, **María Pérez** y **Feliciano López**, entre otros muchos deportistas y personalidades, casi 100. Después, muchos se hicieron una foto con él y buscaron su autógrafo como fans delante de su ídolo. Rafa, a su estilo, no supo decir que no a nadie. Héroe siempre. Una despedida como Dios manda. ●



Programación

El olimpismo homenajea a Rafa Nadal en Movistar Plus+



Este martes 11 de febrero a las 13.00 horas, grandes nombres de nuestro deporte se reunirán en la sede del Comité Olímpico Español en Madrid para un emotivo encuentro con el gran Rafael Nadal.

El de manacor, tras su despedida en la pasada edición de la Copa Davis celebrada en Málaga, recibirá el tributo de muchos amigos y personalidades que le han acompañado estos años de exitosa carrera deportiva.

Disfruta de este momento histórico a través de la oferta Movistar Plus+ con lo mejor del deporte, el cine y las series más destacadas seas del operador que seas por 9,99€/mes.

Movistar Plus+ será testigo una vez más de otro momento histórico para el mejor deportista español de todos los tiempos, con la emisión en directo de este encuentro.

El periodista Juanma Castaño, acompañará al protagonista en este especial Deporte Plus+, en su conversación con nombres tan reconocibles como Marcus Cooper, Isabel Fernández, David Cal, Adriana Cerezo, Jennifer Pareja y Alberto Ginés. También por supuesto con la presencia del presidente del COE Alejandro Blanco.



‘So long, Marianne’: radiografía del corazón de Leonard Cohen

► **Movistar** + estrena un ‘biopic’ en ocho capítulos sobre la historia de amor del cantante con su musa Marianne Ihlen

NACHO SERRANO
MADRID

Canciones como ‘Bird on the Wire’ y ‘So long, Marianne’ deben su existencia a la fogosa relación sentimental entre Leonard Cohen y Marianne Ihlen, que prendió en la paradisíaca isla griega de Hydra a comienzos de 1960. Aquel romance tuvo todos los ingredientes novelescos imaginables, desde la pasión más ardorosa hasta el dolor más insoportable, así que resulta tremendamente pertinente la traslación a la pantalla que han planteado Bronwen Hughes y Øystein Karlsen, directores de ‘So long, Marianne’ (**Movistar** +), biopic en ocho capítulos que, al estilo de la reciente película ‘Un completo desconocido’ sobre Dylan, cuenta con

un actor que no sólo guarda un parecido razonable con el protagonista de la historia, sino que también se atreve a cantar sus canciones.

Alex Wolff, conocido por ‘Hereditary’ y ‘Oppenheimer’, es el valiente que ha aceptado el reto de interpretar a Cohen en su etapa premusical, cuando únicamente escribía poesía y novelas, «en un período de su vida en el que está tratando de descubrir quién es y cuál es su lugar en el mundo», como reza la sinopsis. Thea Sofie Loch Næss

es la encargada de dar vida a Marianne, una joven noruega que se siente atrapada en una maternidad sobrevenida con el hombre equivocado y que, en su intento de romper cadenas, se topa con el libérrimo cantautor canadiense en su momento más bohemio y aventurero.

Durante su estancia en Hydra, en mitad del impenetrable azul del Egeo, Cohen publicó la colección de poesías ‘Flowers for Hitler’ (1964) y las novelas ‘The Favourite Game’ (1963) y ‘Beautiful Losers’ (1966) –sería un año después cuando debutó como cantautor con ‘Songs of Leonard Cohen’–, todas ellas escritas en compañía de Ihlen, una mujer con la que compartió más de una década de vida, hasta 1972, cuando nació un niño fruto de la relación de él con Suzanne Elrod. Acabaron, no obstante, guardándose un respeto y admiración mutuos hasta que los dos murieron en 2016, con tres meses de diferencia. «Estoy un poco detrás de ti, lo bastante cerca para cogerte la mano», escribió el artista para las lecturas de homenaje en el funeral de su amor de juventud. «Este viejo cuerpo se ha rendido, como el tuyo también. Nunca he olvidado tu amor y tu belleza. Pero eso ya lo sabes. No tengo que decir nada más. Buen viaje, vieja amiga. Nos vemos en el camino. Amor y gratitud sin fin».

**Marianne y Leonard,
en la ficción**



'So long, Marianne', una serie para diseccionar el corazón de Leonard Cohen

Movistar + ha estrenado un biopic en ocho capítulos sobre la historia de amor del cantante con su musa Marianne Ihlen



Alex Woldd y Thea Sofie Loch Næss como Leonard Cohen y Marianne Ihlen, en 'So long Marianne' movistar

NACHO SERRANO

11/02/2025 a las 19:26h.



SEGUIR AUTOR



Canciones como 'Bird on the Wire' y la que da título a la obra de la que vamos a hablar deben su existencia a la fogosa relación sentimental entre Leonard Cohen y Marianne Ihlen, que prendió en la paradisíaca isla griega de Hydra a comienzos de 1960. Aquel romance tuvo todos los ingredientes novelescos imaginables, desde la pasión más ardorosa hasta el dolor más insoportable, así que resulta tremendamente pertinente la traslación a la pantalla -ya casi da igual pequeña que grande- que han planteado Bronwen Hughes y Øystein Karlsen, directores de 'So long Marianne', biopic en tres capítulos que, al estilo de la reciente película 'Un completo desconocido' sobre Dylan, cuenta con un actor que no sólo guarda un parecido razonable con el protagonista de la historia, sino que también se atreve a cantar sus canciones.

Alex Wolff, conocido por protagonizar la exitosa película de terror 'Hereditary' (2018) y otros taquillazos como 'Un lugar tranquilo' (2018) y 'Oppenheimer' (2023), es el valiente que ha aceptado el reto de interpretar a Cohen en su etapa pre-musical, cuando únicamente escribía poesía y novelas, «en un período de su vida en el que está tratando de descubrir quién es y cuál es su lugar en el mundo», como reza la sinopsis. Thea Sofie Loch Næss ('The Last Kingdom', 'La Palma') es la encargada de dar vida a Marianne, una joven noruega que se siente atrapada en una maternidad sobrevenida con el hombre equivocado y que, en su intento de romper cadenas, se topa con el libérrimo cantautor canadiense en su momento más bohemio y aventurero.

Durante su estancia en Hydra, la niña bonita de las Islas Saronicas en mitad del impenetrable azul del Egeo, Cohen publicó la colección de poesías 'Flowers for Hitler' (1964) y las novelas 'The Favourite Game' (1963) y 'Beautiful Losers' (1966) -sería un año después cuando debutó como cantautor con 'Songs of Leonard Cohen', todas ellas escritas en compañía de Ihlen, una mujer con la que compartió más de una década de vida, hasta 1972, cuando nació un niño fruto de la relación de él con Suzanne Elrod. Acabaron, no obstante, guardándose un respeto y admiración mutuos hasta que los dos murieron en 2016, con tres meses de diferencia. «Estoy un poco detrás de ti, lo bastante cerca para cogerte la mano», escribió el artista para las lecturas de homenaje en el funeral de su amor de juventud. «Este viejo cuerpo se ha rendido, como el tuyo también. Nunca he olvidado tu amor y tu belleza. Pero eso ya lo sabes. No tengo que decir nada más. Buen viaje, vieja amiga. Nos vemos en el camino. Amor y gratitud sin fin».

Anna Torv ('The Last of Us'), Peter Stormare ('Fargo') y Noah Taylor ('Juego de tronos') completan el reparto de una serie de solvente factura producida por la NRK (la televisión pública de Noruega, donde ya se emitió durante el año pasado), y que completa la experiencia Cohen que ofrece Movistar, que también tiene en su catálogo 'Marianne y Leonard: palabras de amor', un espléndido documental dirigido por Nick Broomfield ('¿Quién mató a Kurt Cobain?', 'La batalla de Hadiza') que se adentra en su relación con Ihlen y en el trabajo del artista en esos años a través de testimonios e imágenes de archivo de los amantes protagonistas.



‘So long, Marianne’, la historia de amor de Leonard Cohen y su musa

La serie, que se presentó en el festival de Cannes del 2023, llega a **Movistar Plus+**

GABRIEL LERMAN
Los Ángeles

Tras fallecer en el 2016 a los 82 años, hubo numerosos homenajes para recordar al inmenso compositor y poeta que fue el canadiense Leonard Cohen. Se pintaron dos murales en su nativa Montreal y en esa misma ciudad presentaron en un museo un espectáculo interactivo que recordaba los momentos más importantes de su vida y que luego salió a recorrer el mundo. En el 2019

inauguraron una estatua suya en Vilna, la capital de Lituania, de donde había llegado su madre, una judía ortodoxa, en 1927.

Sin embargo, el cine y la televisión tardaron en acordarse de él. Aunque hay numerosos documentales, incluyendo uno, *Leonard Cohen: I'm your man*, realizado en vida del cantante, y *Bird on a wire*, que de la mano de Tony Palmer le siguió por su gira europea de 1972, en la ficción el silencio fue total hasta que en el festival de Cannes del 2023 se presentó *So long, Marianne* del británico



Joe Vetch y Thea Sofie Loch Næss, en una imagen de la serie

Paul Wiffen. Allí se exploraba la relación entre Cohen (Joe Vetch) y su musa Marianne Ihlen (Thea Sofie Loch Næss), un tema que también había tocado el documental *Marianne & Leonard: words of love* en el 2019, que tras estrenarse en Sundance desapareció sin dejar rastro.

Teniendo en cuenta que ninguno de estos dos títulos llegaron a estrenarse en España, quienes quieran conocer todos los detalles de aquella relación que inspiró a Cohen para componer uno de sus temas más famosos podrán saciar

su curiosidad con *So long, Marianne*, una serie canadiense que ha llegado esta semana a **Movistar Plus+**. Allí, Alex Wolff es el encargado de darle vida al músico en ocho episodios que cuentan cómo conoció al amor de su vida y cómo se desarrolló el romance a lo largo de una década complicada que les llevó desde la isla de Hidra, en Grecia, a Oslo, de donde era Marianne, para luego recalar en Montreal, más tarde en Londres y, finalmente, en Nueva York, en donde la relación terminó cuando él ya era una gran estrella.

Wolff, quien de adolescente fue uno de los protagonistas de *The Naked Brothers Band* y desde entonces ha trabajado mayoritariamente en el cine, como en *Hereditary* y *Oppenheimer*, en la que encarnó al físico Luis Álvarez, encontró en esta serie la gran oportunidad de su carrera. Convocado por su trayectoria paralela como cantante, Alex se preparó durante un año y medio para transformarse en el celebrado intérprete, incluyendo el desafío de tener que cantar varios temas memorables de Cohen.

La serie comienza a principios de los sesenta, cuando un Cohen veinteañero pasa sus días en una lluviosa Londres, desesperado por un clima que lo aplasta. Cuando en el banco le atiende un joven feliz y bronceado, le pregunta la razón de que se le vea así. Tras escuchar que acaba de regresar de un viaje a la soleada isla de Hidra, en Grecia, Cohen no lo duda, vende todo lo que tiene y se muda allí en busca de una vida mejor. Poco después de llegar se topa con Marianne Ihlen, una noruega que lidia con el abandono de su esposo mientras cría sola a su pequeña hija. Cuando se conocen en una tienda, el flechazo es inmediato y así comienza la historia de amor.●

ESTRENO

‘So long, Marianne’, la historia de amor de Leonard Cohen y su musa

La serie que se presentó en el Festival de Cannes del 2023 llega esta semana a Movistar Plus+



Joe Vetch y Thea Sofie Loch Næss, en una imagen de la serie Movistar Plus+

Gabriel Lerman Los Angeles 12/02/2025

Tras fallecer en 2016 a los 82 años de edad, hubo numerosos homenajes para recordar al inmenso compositor y poeta que fue el canadiense Leonard Cohen. Se pintaron dos murales en su nativa Montreal, y en esa misma ciudad presentaron en un museo un espectáculo interactivo que recordaba los momentos más importantes de su vida y que luego salió a recorrer el mundo. En 2019 inauguraron una estatua suya en Vilna, la capital de Lituania, de donde había llegado su madre, una judía ortodoxa, en 1927. Y hasta le pusieron su nombre a una especie de araña y a otra de escarabajo.

Sin embargo, el cine y la televisión tardaron en acordarse de él. Aunque hay numerosos documentales, incluyendo uno, Leonard Cohen: I'm Your Man, realizado en vida del cantante que pasó por los festivales de Berlín y Toronto y Bird on a wire, que de la mano de Tony Palmer le siguió por su gira europea de 1972, en la ficción el silencio fue total hasta que en el Festival de Cannes de 2023 se presentó So long, Marianne del británico Paul Wiffen. Allí se exploraba la relación entre Cohen (Joe Vetch) y su musa Marianne Ilhen (Thea Sofie Loch Næss), un tema que también había tocado el documental Marianne & Leonard: words of love en 2019, que tras estrenarse en Sundance desapareció sin dejar rastros.

Teniendo en cuenta que ninguno de estos dos títulos llegó a estrenarse en España, quienes quieran conocer todos los detalles de aquella relación que inspiró a Cohen para componer uno de sus temas más famosos podrán saciar su curiosidad con *So long, Marianne*, una serie canadiense que ha llegado esta semana a Movistar Plus+. Allí Alex Wolff es el encargado de darle vida al músico en ocho episodios que cuentan cómo conoció al amor de su vida, y cómo se desarrolló el romance a lo largo de una década complicada que les llevó desde la isla de Hydra en Grecia, a Oslo, de donde era Marianne, para luego recalar en Montreal, mas tarde en Londres y finalmente en Nueva York, en donde la relación terminó cuando él ya era una gran estrella.



Una imagen de la nueva serie de Movistar Plus+ MOVISTAR PLUS+

Wolff, quien de adolescente fue uno de los protagonistas de *The Naked Brothers Band* junto a su hermano Nat, y desde entonces ha trabajado mayoritariamente en el cine, como en *Hereditary* y *Oppenheimer*, en la que encarnó al físico Luis Álvarez, nieto de inmigrantes españoles, encontró en esta serie la gran oportunidad de su carrera. Convocado por su trayectoria paralela como cantante, Alex se preparó durante un año y medio para transformarse en el celebrado intérprete, incluyendo en el desafío el tener que cantar varios temas memorables de Cohen.

En la serie, todo comienza a principios de los sesenta cuando un Cohen veinteañero pasa sus días en una lluviosa Londres, desesperado por un clima que lo aplasta. Cuando en el banco le atiende un joven feliz y bronceado, Cohen le pregunta la razón de que se le vea así. Tras escuchar que acaba de regresar de un viaje a la soleada isla de Hydra en Grecia, Cohen no lo duda, vende todo lo que tiene y se muda allí en busca de una vida mejor.

Un verdadero imán en aquel entonces para bohemios, poetas y artistas de todas las nacionalidades. Poco después de llegar se topa con Marianne Ihlen, una noruega que lidia con el abandono de su esposo mientras cría sola a su pequeña hija. Cuando se conocen en una tienda, el flechazo es inmediato y así comienza la historia de amor.

La actriz del mismo origen Thea Sofie Loch Næss porta su enigmática belleza para encarnar a Marianne, en un elenco que también incluye a Peter Stormare como el poeta canadiense Irving Layton, Noah Taylor y Anna Torv como los escritores australianos George Johnston y Charmian Clift, así como Ben Lloyd-Hughes en el papel de Alan Ginsberg, otro de los legendarios escritores que formaron parte de la comunidad bohemia en la isla.

12 Febrero, 2025

El romance de Leonard y Marianne

Los protagonistas de 'Hereditary' y la exitosa 'La Palma' dan vida en 'So long, Marianne' a Cohen y su famosa novia noruega



Thea Sofie Loch Næss y Alex Wolff, que encarnan a Marianne Ihlen y Leonard Cohen.

JUAN MANUEL FREIRE

So Long, Marianne (Movistar Plus+, desde esta semana) es la serie más plurinacional que imaginarse pueda: talentos noruegos (Øystein Karlsen e Ingeborg Klyve, colaboradores en *Exit*) y británicos (Tony Wood, exproductor de *Coronation Street*) se han unido para crear esta recreación de la más complicada historia de amor de un judío de Montreal encarnado por un actor estadounidense.

Se trata del romance de Leonard Cohen (Alex Wolff, el protagonista de *Hereditary*) y la noruega Marianne Ihlen (Thea Sofie Loch Næss, de *La Palma*), a la que conoció en 1960 en la isla griega de Hydra, por entonces meca de la bohemia. Según explicó Karlsen en *Drama Quarterly*, allí había hippies cinco o seis años antes del movimiento hippie, y todo el mundo se acostaba con todo el mundo, bebía sin cesar y experimentaba con las drogas. «Por el camino, se encontraban a sí mismos. De eso trata la serie. Una de estas personas resulta ser Leonard Cohen».

Fue allí donde, antes de saltar a la fama por sus canciones, Cohen escribió un par de novelas no muy bien recibidas. Cuando empezó a viajar a Montreal para hacer dinero, entendió que las canciones podían ser el camino. Se lo hizo ver la cantante folk Judy Collins, a la que cedió *Suzanne* en un primer momento y que le animó a que cantara él mismo. En la serie le veremos

meterse en el estudio para grabar sus dos primeros álbumes, *Songs of Leonard Cohen* (1967) y *Songs from a room* (1969), cuya contraportada mostraba a Marianne sentada delante de la máquina de escribir de Leonard, envuelta en una toalla. En ambos suenan canciones particularmente inspiradas por ella: la que da título a la serie y *Hey, that's no way to say goodbye*, en el primero, y *Bird on the wire*, en el segundo.

Junto con *So long, Marianne*, Movistar Plus+ recupera *Marianne y Leonard: palabras de amor*, el documental sobre la misma historia que dirigió en 2019 el británico Nick Broomfield (*Kurt & Courtney*), aquí menos narcisista que en otras ocasiones, aunque él mismo fuera amante de Ihlen durante uno de los períodos en que el trovador canadiense y su novia nórdica no tuvieron contacto.

Según dicen sus autores, la serie tuvo como primera inspiración un antiguo documental de la radio nacional noruega, pero se parece también al filme de Broomfield en su interés no solo por Leonard, sino también, o sobre todo, por Marianne, presentada como algo más que la musa y explorada como un personaje tridimensional, con todos sus deseos, sus miedos, sus sentimientos y su fuerza y contradicción. Tenemos tiempo para detenernos en los matices de la interpretación de Loch Næss: *So long, Marianne* se mueve con agradable

languidez y halo bohemio, como buscando capturar la atmósfera de la Hydra de la época.

Jo Nesbø como guionista

Alex Wolff se atreve con el desafío de encarnar a Cohen y, además, cantar sus canciones ante la cámara, con acento canadiense, sin *playback* que valga. Quizá no tenga su fantástica ronquedad ni acabe de resultar creíble como mujeriego, pero sí que da el pego en la faceta de romántico torturado.

Otros buenos actores encarnan a habitantes más o menos ilustres de la vieja Hydra: Jonas Strand Gravli (*22 de julio*) es el escritor noruego Axel Jensen; los grandes Noah Taylor y Anna Torv encarnan al matrimonio de literatos australianos formado por George Johnston y Charmian Cliff, esta última amante de Cohen. Y hablando de escritores: el maestro del *nordic noir* Jo Nesbø ha participado, curiosamente, en el guion de dos episodios.

Las historias de amor nunca acaban bien y esta no fue excepción. Marianne murió de leucemia en julio de 2016. El *e-mail* de despedida que le envió Leonard forma parte de la obra poética del compositor de *Hallelujah*: «Que sepas que estoy tan cerca de ti que, si extiendes tu mano, creo que podrás tocar la mía... Todo el amor, te veré por el camino». Fue a su encuentro, tras una fatal caída nocturna, menos de cuatro meses después.



11 Febrero, 2025



Los verdaderos Leonard Cohen y Marianne Ihlen, y debajo, sus equivalentes de ficción.

Estreno en Movistar Plus+

Los protagonistas de 'Hereditary' y la exitosa serie 'La Palma' dan vida al artista canadiense y su famosa novia noruega en 'So Long, Marianne'

Una serie recrea el romance más complicado de Leonard Cohen

JUAN MANUEL FREIRE

So Long, Marianne (Movistar Plus+, desde hoy) es la serie más plurinacional que imaginarse pueda: talentos noruegos (Øystein Karlsen e Ingeborg Klyve, colaboradores en la exitosa serie *Exit*) y británicos (Tony Wood, antiguo productor de *Coronation Street*) se han unido para crear esta recreación de la más complicada historia de amor de un judío de Montreal encarnado por un actor estadounidense.

Como ya se intuye por el título, nos referimos al romance de Leonard Cohen (Alex Wolff, el protagonista de *Hereditary* o el físico Luis Walter Álvarez en *Oppenheimer*) y la noruega Marianne Ihlen (Thea Sofie Loch Naess, hace poco vista en *La Palma*), a la que conoció en 1960 en la isla griega de Hydra, por entonces meca de la bohemia. Según ha explicado Karlsen en la publicación *Drama Quarterly*, allí había hippies cinco o seis años antes del movimiento hippie, y todo el mundo se acostaba con todo el mundo, bebía sin cesar y experimentaba con las drogas. «Por el camino, se encontraban a sí mismos. De eso trata la serie. Una de estas personas resulta ser Leonard Cohen».

Fue allí donde, antes de saltar a la fama por sus canciones, Cohen

escribió un par de novelas no muy bien recibidas. Cuando empezó a viajar a Montreal para hacer dinero, entendió que las canciones podían ser el camino. Se lo hizo ver la cantante folk Judy Collins, a la que cedió *Suzanne* en un primer momento y que le animó a que cantara él mismo. En la serie le veremos meterse en el estudio para grabar sus dos primeros álbumes, *Songs of Leonard Cohen* (1967) y *Songs from a room* (1969), cuya contraportada mostraba a Marianne sentada delante de la máquina de escribir de Leonard, envuelta en una toalla. En ambos suenan canciones particularmente inspiradas por ella: la que da título a la serie y *Hey, that's no way to say goodbye*, en el primero, y *Bird on the wire*, en el segundo.

Historia de Marianne

Junto con *So long, Marianne*, Movistar Plus+ recupera, también desde hoy, *Marianne y Leonard: palabras de amor*, el documental sobre la misma historia que dirigió en 2019 el británico Nick Broomfield (*Kurt & Courtney*), aquí menos narcisista que en otras ocasiones, aunque él mismo fuera amante de Ihlen durante uno de los períodos en que el trovador canadiense y su novia nórdica no tuvieron contacto. Según dicen sus autores, la serie de la que hablamos tuvo como primera inspiración un antiguo docu-

mental de la radio nacional noruega, pero se parece también al filme de Broomfield en su interés no solo por Leonard, sino también, o sobre todo, por Marianne, presentada como algo más que la musa y explorada como un personaje tridimensional, con todos sus deseos, sus miedos, sus sentimientos y su fuerza y contradicción. Tenemos tiempo para detenernos en los matices de la interpretación de Loch Naess: al contrario que muchas series (o contenidos de cualquier clase) actuales, *So long, Marianne* se mueve con agradables languidez y halo bohemio, como buscando capturar la atmósfera de la Hydra de la época.

Sin playback que valga

Alex Wolff se atreve con el desafío de encarnar a Cohen y, además, cantar sus canciones ante la cámara, con acento canadiense, sin playback que valga. Quizá no tenga su fantástica ronquedad ni acabe de resultar creíble como mujeriego, pero sí que da el pego en la faceta de romántico torturado. Suena varias veces el tema *Happens to the heart* —del disco póstumo *Thanks for the dance* (2019)—, ese en el que Cohen canta sobre lanzarse al vacío del amor a pesar de ser consciente de los peligros: «Solo mirarla ya significaba problemas / Fue un problema desde el principio». ■

La emotiva "So Long, Marianne" y la adictiva "DOC" llegan a Movistar Plus+

La carta en forma de canción que Leonard Cohen dedicó a Marianne, la musa y amor de su vida en los años 60, y un procedimental médico que sigue a una eminente doctora que ha perdido la memoria en un accidente, las nuevas ficciones internacionales con las que Movistar Plus+ sorprende en febrero.



"So Long, Marianne" y "DOC" - Movistar Plus+/vemosTV

Por Alicia Marín Alicia Marín 11/02/2025

La ficción internacional sigue ocupando un lugar destacado en el catálogo de Movistar Plus+, que crece con títulos llamados a conquistar a la audiencia española tras haber sido aclamados por la crítica. Este es el caso de "So Long, Marianne" y "DOC". ¿Te apetece descubrir más sobre ellas?

"So Long, Marianne"

Con 26 años, Leonard Cohen abandona sus estudios y se embarca en la mayor de sus aventuras, huyendo de la lluviosa Londres. Sin pensarlo, invierte todo su dinero en un billete de ida a la isla Hydra, en Grecia. Allí encontrará a Marianne, que se convertirá en el amor de su vida.

Biopic que narra la historia de amor que inspiró "So Long, Marianne", una de las canciones más emblemáticas del cantante. Protagonizada por Alex Wolff, que interpreta todos los temas, y Thea Sofie Loch Næss, como Marianne. Con Anna Torv, Noah Taylor y Peter Stormare.



Destaca la ambientación años 60, especialmente la recreación de Hydra, como isla de refugio atemporal para bohemios de todas nacionalidades. Ese espíritu de comunidad de artistas (escritores, pintores, músicos) trasciende la pantalla.

The Hollywood Reporter dijo de "So Long, Marianne" que "La actuación de Wolff como Cohen va más allá de una simple imitación de una banda de covers. Wolf se mete en la piel del cantante y la serie realmente cobra vida en los momentos en que Wolff canta, como Cohen, frente a la cámara".

Desde el martes 11 de febrero puedes disfrutar en Movistar Plus+ de la serie completa. Los ocho episodios que conforman "So Long, Marianne" ya están disponibles.

"DOC"

Amy, una prestigiosa doctora que ha perdido a su hijo, sufre un accidente de tráfico que le provoca una amnesia parcial con el borrado de los últimos ocho años de su vida.

Adaptación americana creada por Barbie Kligman de la serie italiana "DOC - Nelle tue mani" (2020), inspirada en una historia real. Un procedimental médico, con dos casos por semana, protagonizado por Molly Parker. El cambio de protagonista masculino a femenino en esta versión beneficia a la historia de partida y a la evolución de tramas.



Según Variety: "Con Parker a la cabeza, Doc sigue todos los ritmos tradicionales, al tiempo que ofrece una nueva visión de una médico excepcional profundamente herida por las pruebas de la vida".

Desde el viernes 21 de febrero, estreno con doble episodio, seguido de un capítulo semanal hasta completar los 10 episodios de los que se compone.

CULTURA

«So Long, Marianne», la serie sobre la relación entre Leonard Cohen y Marianne Ihlen



Llega a Movistar+ esta producción de ocho capítulos sobre la historia del artista y la mujer que fue su musa y gran amor

11 feb 2025 . Actualizado a las 12:39 h.

Llega a Movistar+ *So Long, Marianne*, serie que ficciona en ocho capítulos la relación entre Leonard Cohen y Marianne Ihlen, su musa y gran amor. La producción está protagonizada por Alex Wolff y Thea Sofie Loch Næss y es una coproducción entre Noruega, Canadá y el Reino Unido.

En la década de 1960, el joven poeta y músico Leonard Cohen llega a la isla griega de Hydra en busca de inspiración y un refugio lejos del mundo moderno. Allí conoce a Marianne Ihlen, una noruega de espíritu libre que se convierte en su musa, amante y compañera inseparable durante años. Su romance transcurre entre días de sol, noches de poesía y un círculo de artistas que marcarían la historia cultural de la época.

Desafíos de la fama

A medida que Cohen empieza a encontrar su voz como cantautor, la relación se enfrenta a los desafíos del tiempo, la distancia y la creciente fama del músico. Marianne, que representa la sencillez y la tranquilidad de su vida en Hydra, choca con la intensidad del éxito y de todo lo que suponen las giras constantes de Cohen. Sin embargo, su amor trasciende las dificultades y deja una huella imborrable en su música, inspirando algunas de sus canciones más icónicas, como *So Long*, *Marianne* y *Bird on the Wire*.



La miniserie no solo explora la relación entre Cohen e Ihlen, sino también el contexto en el que se desarrolla, el de una generación de creadores que buscaban una nueva forma de vida, libre de ataduras y convenciones. La comunidad artística de Hydra, con su mezcla de idealismo, bohemia y exceso, sirve como telón de fondo para una historia que habla del amor, la pérdida y la inspiración artística.

Con una ambientación fiel a la época y acompañada de una banda sonora evocadora, *So Long, Marianne* nos sumerge en un relato de pasión y nostalgia, donde las emociones se entrelazan con las letras de Cohen. Más allá de la relación romántica, esta producción es un homenaje a una mujer que influyó en una de las figuras más importantes de la música y la literatura del siglo XX.

La Voz de Asturias

ESTILO DE VIDA>

Las películas galardonadas en los Goya 2025 que ya puedes ver en Movistar Plus+

Estas son las diez cintas más premiadas que visionar en la plataforma de 'streaming' (junto a cientos de títulos más) a un precio asequible: por menos de 10 euros al mes



Las películas galardonadas en los Goya que ya puedes ver en Movistar Plus+.

Getty Images

Daniel Muela

11 FEB 2025 - 07:00 CET

Como ya hicimos el pasado enero en EL PAÍS Escaparate repasando las películas nominadas a los Goya 2025 que ya se podían ver en Movistar Plus+, en esta nueva entrega los lectores de la sección tienen la oportunidad de saber qué títulos se pueden disfrutar ya en Movistar Plus+ y acaban de ser galardonados en la última edición de los Goya, celebrada en Granada. Entre las cintas más premiadas, hemos elegido una decena de ellas, con *El 47* como la más laureada, seguidas de *Segundo Premio*, *La habitación de al lado* y *La infiltrada*, con una gran actuación de la protagonista Carolina Yuste.

Estas películas triunfadoras se pueden visualizar, junto con otras muchas nominadas que se han quedado a las puertas de tener un premio en esta edición de los Goya y otros cientos de títulos que colmarán las expectativas de los más cinéfilos, a un precio muy asequible en una de las plataformas de streaming más completas: por menos de 10 euros mensuales.

‘El 47’ (cinco premios Goya)

Las 14 nominaciones de El 47 eran todo un reclamo para llevarse una larga ristra de estatuillas a las categorías más importantes de los Premios Goya como el de mejor actor protagonista, el de mejor dirección o el de mejor película (primer ex aequo que otorga el jurado junto a La infiltrada), entre otras. La lucha vecinal en la España de la década de los 60 y 70 ha cautivado a la crítica con un Eduard Fernández soberbio en su papel de héroe anónimo.



‘Segundo Premio’ (tres premios Goya)

Sus 11 nominaciones ya hacían intuir que esta cinta sobre la autobiografía de uno de los grupos míticos del panorama musical español de las últimas décadas: Los Planetas. Esta creación audiovisual se ha llevado los premios a mejor dirección, montaje y sonido, además de convertirse en la representante española en los Oscar.



‘La habitación de al lado’ (tres premios Goya)

Idéntico botín alcanzó la última obra dirigida por Pedro Almodóvar, titulada *La habitación de al lado*, destacando en las categorías de mejor guion adaptado, música y fotografía. Además, este drama sobre la amistad y el derecho a una muerte digna es la primera película del multipremiado director manchego rodada íntegramente en inglés.



‘La infiltrada’ (dos premios Goya)

Carolina Yuste ha sido la actriz que más miradas concentró en la gala de los Goya gracias al galardón que recibió como mejor actriz protagonista. Cualquier usuario de Movistar Plus+ podrá disfrutar, como un bonito regalo cinéfilo de San Valentín, de esta historia basada en hechos reales donde una agente se infiltra en la banda terrorista ETA.



‘La estrella azul’ (dos premios Goya)

El premio a mejor actor revelación y al de mejor dirección novel se han juntado en esta edición en la cinta *La estrella azul*, la ópera prima de Javier Macipe que recrea la vida y obra del compositor zaragozano Mauricio Aznar.



‘Marco’ (dos premios Goya)

“Es el personaje más complejo que he hecho nunca. Contradictorio, odioso, charlatán, manipulador, estimable quizá a veces, con una humanidad desbordante que es difícil de entender”, dice el gran Eduard Fernández tras dar vida en esta cinta a Enric Marco, un hombre que acabó creyéndose sus propias mentiras hasta falsear los datos de su biografía para aparecer como un superviviente de un campo de concentración nazi. Próximamente, se estrenará en Movistar Plus+.



‘Salve María’ (un premio Goya)

Un tenso y asfixiante thriller psicológico que le ha servido a Laura Weissmahr para llevarse el goya a la mejor actriz revelación en esta edición. Se trata de una cinta cinematográfica que explora el lado más terrorífico de la maternidad: el arrepentimiento.



‘Aún estoy aquí’ (un premio Goya)

Cualquier usuario cinéfilo de Movistar Plus+ encontrará variados motivos para disfrutar de esta cinta brasileña, ganadora del Goya a mejor película iberoamericana, en el salón de casa. Basada en las memorias de Rubens Paiva, en las que narra cómo su madre se vio obligada a entrar de lleno en el activismo político al ver cuando capturaron a su marido, el diputado izquierdista Rubens Paiva, durante la dictadura brasileña en la década de los 70.



‘Emilia Pérez’ (un premio Goya)

El filme Emilia Pérez, protagonizado por la española Karla Sofía Gascón, Zoe Saldaña y Selena Gómez, se ha impuesto a otras favoritas como La zona de interés galardonada con el Goya a mejor película europea. Próximamente, se estrenará en Movistar Plus+.



‘Cafuné’ (un premio goya)

El mejor corto de animación en los Premios Goya 2025 ha ido a parar a la cinta Cafuné, cuya protagonista, Alma, una niña solitaria, lucha por superar un trauma anterior y reconstruir su vida.



Preguntas frecuentes sobre Movistar Plus+

¿Tiene permanencia la suscripción mensual a Movistar Plus+?

No tiene permanencia. Cualquier usuario se puede dar de baja en el momento que desee. Además, esta suscripción permite dos reproducciones simultáneas en cualquier dispositivo y ubicación.

¿Es necesario contratar la fibra o el móvil de Movistar para disfrutar de los contenidos de Movistar Plus+?

No es necesario porque la suscripción hace referencia a los contenidos de televisión. Por eso mismo, se puede contratar con independencia del operador de Internet que se tenga contratado.

**Todos los precios de compra incluidos en este artículo están actualizados a 11 de febrero de 2025.*

El Confidencial

Cultura ■ Cine

YA DISPONIBLE

Ya está en Movistar+ y hay que verla: la película con 4 nominaciones a los Goya 2025 basada en una historia real

La película ya está disponible en la plataforma, al igual que otras nominadas y premiadas en los Goya, como es el caso de 'El 47', 'Segundo premio' o 'La estrella azul'



(Fuente: Movistar)

Por El Confidencial 11/02/2025 - 12:12

Los Premios Goya 2025 hicieron historia el pasado sábado al otorgar, por primera vez, el galardón a la mejor película a dos producciones: El 47 y La infiltrada. En las categorías interpretativas, el premio a mejor actor fue para Eduard Fernández por su papel en Marco, mientras que Carolina Yuste se llevó el Goya a mejor actriz protagonista por su actuación en La infiltrada. En cuanto al mejor guion, el galardón fue para Eduard Sola por Casa en llamas.

Este año, Movistar+ se ha convertido en el refugio de las grandes películas del cine español. La plataforma ha incorporado varias de las películas nominadas y premiadas en los Goya, permitiendo que los espectadores puedan disfrutar de lo mejor del cine sin salir de casa. Entre los títulos que ya forman parte del catálogo están *El 47*, *Segundo Premio*, *La casa* y *La estrella azul*. En los próximos días también llegará *La infiltrada*, una de las películas más aclamadas del año. Sin embargo, hay un título que ya está disponible y que no hay que dejar pasar: *Soy Nevenka*.



Dirigida por Icíar Bollain y coescrita junto a Isa Campo, *Soy Nevenka* es una película de drama biográfico que narra una historia que marcó un antes y un después en España. La película está basada en la vida de Nevenka Fernández, una joven de 24 años que, en el año 2000, ocupaba el cargo de concejala de Hacienda en el Ayuntamiento de Ponferrada.

La historia trascendió cuando denunció públicamente el acoso que sufría por parte del entonces alcalde, Ismael Álvarez. A pesar de la presión social y la falta de apoyo en su entorno, Nevenka decidió llevar el caso ante la justicia, convirtiéndose en la primera mujer en España en denunciar a un político por acoso sexual y laboral.

La película, que estuvo nominada en cuatro categorías en los Premios Goya 2024, destaca por sus potentes interpretaciones. Urko Olazabal optó al premio a Mejor Interpretación Masculina Protagonista por su papel como Ismael Álvarez, mientras que Lucía Veiga estuvo nominada a Mejor Actor Revelación. Además, la producción compitió en las categorías de Mejor Guion Adaptado y Mejor Fotografía. Finalmente, la película no se hizo con ningún galardón.

La propuesta de Bollaín se centra en la lucha de Nevenka, mostrando su valentía en un momento en el que denunciar el acoso no era común y las consecuencias eran impredecibles. Desde su estreno, Soy Nevenka ha sido recibida con elogios tanto por la crítica como por el público. La película ha recaudado más de 1,4 millones de euros en taquilla y ha atraído a más de 236.000 espectadores.

Su llegada a Movistar+ permite ahora que más personas puedan conocer la historia real de Nevenka Fernández y su impacto en la sociedad española.

‘La infiltrada’, galardonada con el premio a Mejor Película en los Goya, llega a Movistar Plus+

11/02/2025 0 Comentarios Destacados Películas



El cine español celebró su gran noche en la 39ª edición de los Premios Goya y entre los filmes más destacados de la gala estuvo ‘La infiltrada’, dirigida por Arantxa Echevarría, que obtuvo el Goya a Mejor Película y Mejor Actriz Protagonista.

Para quienes no pudieron verla en cines tras su estreno el 11 de octubre de 2024, ‘La infiltrada’ llega a Movistar Plus+ a partir de este viernes 14 de febrero. La vida de una agente de policía española está a punto de dar un vuelco cuando se infiltra en la banda terrorista ETA.

Sinopsis

La infiltrada se inspira en la historia real de Aranzazu Berradre Marín, una joven agente de la Policía Nacional que, con tan solo 20 años, asumió la peligrosa misión de infiltrarse en la organización terrorista ETA. Durante ocho años, convivió con miembros de la banda y enfrentó el desafío de mantener su identidad en secreto. Cada día representaba un riesgo constante, donde cualquier error podía costarle la vida.

En medio de esta tensa situación, buscó información clave para dismantlar el comando Donosti, lidiando con dilemas morales y la presión psicológica que conllevaba su trabajo encubierto. La dirección de Arantxa Echevarría sumerge al espectador en la angustia y la tensión de la protagonista, mostrando no solo el peligro de su operación, sino también las consecuencias personales que tuvo para ella.



Reparto

El papel protagónico de Aranzazu Berradre Marín recae en Carolina Yuste, a quien se le ha galardonado con el Goya a Mejor Actriz Protagonista por su impactante interpretación. Su actuación ha sido ampliamente elogiada, consolidándose como una de las mejores de su carrera.

Junto a Yuste, el reparto se completa con reconocidos actores como Luis Tosar, quien interpreta a Ángel ‘el Inhumano’, e Iñigo Gastesi. Además, el elenco cuenta con la participación de Víctor Clavijo, Nausicaa Bonnín, Diego Anido, Pedro Casablanc y Jorge Rueda, quienes aportan un gran nivel interpretativo a la historia.

Este thriller, basado en hechos reales, se ha convertido en un referente del cine español, logrando una gran acogida tanto de la crítica como del público.

Otras de las películas más aclamadas en esta edición de los Goya como ‘el 47’ o ‘Segundo premio’ también se pueden encontrar en la plataforma de Movistar Plus+.



El estreno de Doncic, la madrugada del martes

M. Ruiz Díez. MADRID

Los Angeles Lakers atraviesan su mejor racha de la temporada con diez victorias en los últimos doce partidos y las últimas han sido con Luka Doncic sentado en el banquillo sin vestirse de púrpura y oro. El técnico «laker», JJ Redick, tiene previsto hacer debutar al esloveno la madrugada del martes en la visita a L. A. de los Jazz de Utah.

Doncic no juega un partido desde que el día de Navidad sufriera una distensión muscular en la pantorrilla izquierda. Los Mavericks tenían prevista su reaparición ayer, pero eso fue antes del terremoto de su traspaso a los Lakers. Redick apuntó antes de la victoria ante los Golden State Warriors, con los 42 puntos de LeBron James, dijo este jueves, que «probablemente» el primer partido del balcánico con los Lakers fuera en la madrugada del martes (04:30 hora española, Movistar +), aunque evitó dar una confirmación al cien por cien.

Después de la afirmación de Redick, Doncic apuntó en la cadena TNT que su objetivo era estrenarse el lunes en su nueva franquicia. «Sí, ojalá que sí, tenemos eso como objetivo. Obviamente vamos día a día pero ojalá pueda estar en casa y frente a nuestros fans», dijo.

Redick subrayó que no ha habido contratiempos en su puesta a punto y que todo marcha bien para su regreso. También Doncic dijo que va todo según lo previsto.

Los Lakers también tienen pendiente el estreno del pívot Mark Williams procedente de los Charlotte Hornets. La salida de Anthony Davis a los Mavs dejó huérfano el juego interior de los californianos que han apostado por un jugador de 2,13 y 23 años que fue número 15 del draft de 2022 y que este curso promedia 15,6 puntos, 9,6 rebotes y 2,5 asistencias por partido.

EL RECOMENDADOR

Disfruta del debut de Luka Doncic con Los Angeles Lakers en esta plataforma, por solo 9,99 € al mes

El base esloveno jugará por primera vez esta noche junto a LeBron James, en el partido contra los Utah Jazz



Helena Celma Redactora Barcelona 10/02/2025 17:50 CET

Los amantes del baloncesto tienen la madrugada de este lunes apuntada bien grande en su calendario, y es que será la fecha en la que Luka Doncic debute finalmente con Los Angeles Lakers ante los Utah Jazz a partir de las 04:30 h de la madrugada.

Este partido se podrá ver a través de Movistar Plus+, una plataforma en streaming sin permanencia y que puedes contratar con independencia del operador que tengas en casa. ¿Y lo mejor de todo? Que tan solo cuesta 9,99€, y con ello podrás tener la mejor selección del deporte mundial de fútbol, baloncesto, tenis, rugby... y el mejor entretenimiento en películas y series originales.

NBA

Luka Doncic, el debut más esperado



Luka Doncic era la estrella de los Dallas Mavericks, equipo al que llegó en 2018 y convirtiéndose con el paso de los años en el jugador franquicia. Sin embargo, el pasado 2 de febrero se hizo oficial el traspaso a Los Angeles Lakers, en un movimiento que sorprendió a todo el mundo del baloncesto.

Con la vista puesta ya en lucir la mítica camiseta amarilla, el base esloveno podrá debutar la madrugada de este lunes a martes contra los Utah Jazz, en un partido que arrancará a las 04:30 y que podrás ver en Movistar Plus+.

De esta forma, Doncic coincidirá por primera vez en la pista con leyendas como LeBron James, y tú podrás disfrutarlo desde casa.



Además de este partido, Movistar Plus+ te trae los tres mejores partidos de cada semana, y los siguientes son:

- Cleveland Cavaliers - New York Knicks. 22 de febrero a la 1:00 h
- Denver Nuggets - Los Angeles Lakers. 23 de febrero a las 02:30 h
- Boston Celtics - Cleveland Cavaliers. 1 de marzo a la 01:30 h

Y por si todos estos partidos no fueran poco, también tendrás tres noches mágicas gracias al All Star 2025, que tendrá lugar del 15 al 17 de febrero.

La Copa del Rey ACB, en exclusiva



Además de lo mejor de la NBA, Movistar Plus+ tampoco se olvida del baloncesto nacional, ya que estos próximos días se celebra la apasionante Copa del Rey 2025 de Gran Canaria, que se verá al completo y en exclusiva a través de esta plataforma en streaming.

Esta esperada competición arranca este 13 de febrero y finaliza el día 16, por lo que serán tres días de absoluta locura del baloncesto. Estos son los horarios de los partidos para que no te pierdas nada:

- Cuartos de final: Unicaja - Joventut Badalona. Jueves 13 a las 18:30 h
- Cuartos de final: La Laguna Tenerife - Barcelona. Jueves 13 a las 21:30 h
- Cuartos de final: Real Madrid - Baxi Manresa. Viernes 14 a las 18:30 h
- Cuartos de final: Dreamland Gran Canaria - Valencia Basket. Viernes 14 a las 21:30 h
- Semifinal 1: Sábado 15 a las 18:30 h
- Semifinal 2: Sábado 15 a las 21:30 h

- Final: Domingo 16 a las 20:00 h

Además de la Copa del Rey, también tendrás los dos mejores partidos de la Liga Endesa, los dos mejores partidos de la Euroliga, incluidos la Final Four, completa y en exclusiva, y la Supercopa Endesa.

Con toda esta programación de baloncesto, ¿qué amante de este deporte se puede resistir a suscribirse a Movistar Plus+?

¿Qué es Movistar Plus+?

Movistar Plus+ es una plataforma en streaming que ofrece un catálogo mayúsculo de deporte y entretenimiento del que puedes disfrutar sin permanencia y sin tener que ser necesariamente del mismo operador en casa.

Además de todo el básquet, su catálogo incluye los mejores partidos de fútbol, con LaLiga EA Sports, LaLiga Hypermotion, la Champions League, la Premier League, la Liga F, etc. Otros deportes que también podrás tener en Movistar Plus+ son tenis, pádel, golf, NFL, rugby y más.

Además, cuenta con un estreno de cine diario y más de 700 series, incluyendo producciones originales e internacionales. También ofrece entretenimiento variado con 80 canales, como Vamos M+, AXN, Warner TV, National Geographic y BBC Drama.

Showroom

DEPORTES TECNOLOGÍA CALZADO COCHES OFERTAS BRICOLAJE HOGAR MODA CONTACTO

PLATAFORMAS DIGITALES

Vive toda la Copa del Rey de baloncesto en exclusiva por solo 9,99 euros al mes

Date de alta en Movistar Plus+, sin permanencia y seas del operador que seas, para ver este torneo, que se celebra desde el jueves hasta el domingo

Jorge PardoJorge Pardo Actualizado a 11 de febrero de 2025



Disfruta de la Copa del Rey de baloncesto en exclusiva, sin permanencia y por solo 9,99 euros al mes en Movistar Plus+. Cortesía de Movistar Plus+

La Copa del Rey de baloncesto regresa en 2025 para hacer vibrar como nunca a los aficionados de este deporte. El torneo, el más relevante de la ACB, reúne a los ocho mejores equipos de la primera vuelta de la temporada de la Liga Endesa que, a partir de un formato de eliminatorias a partido único que arranca desde los cuartos de final, buscarán alzarse con el trofeo. La cita comienza este jueves y finalizará el domingo, con la disputa de la final, y solo dándote de alta en Movistar Plus+ vas a poder disfrutar de esta competición en exclusiva y por solo 9,99 euros al mes.

Lo mejor de todo es que se puede contratar este servicio sin tener la fibra o el móvil con Movistar, es decir, se trata de una plataforma de streaming que funciona de manera similar a Netflix, Max o Disney+. Además, no tiene permanencia, así que no hay excusas que valgan para perderse una Copa del Rey de baloncesto en la que Real Madrid y FC Barcelona son favoritos, a pesar de estar firmando una temporada más errática de lo que acostumbran. No en vano han ganado desde 2010 todas las ediciones de este torneo, a excepción de la de 2023.

Todo puede pasar, sin embargo, en una competición que, debido a su estructura, permite que se sucedan más sorpresas que en la disputa del playoff. Así, Unicaja, La Laguna Tenerife y Valencia Basket, que han empezado muy bien esta campaña, también son candidatos a un título al que, de igual manera, optan Dreamland Gran Canaria (que además es el anfitrión), Joventut y BAXI Manresa, dispuestos a dar la campanada.

Unicaja, Real Madrid, Valencia Basket y La Laguna Tenerife parte como cabezas de serie, ya que son los equipos que finalizaron en los cuatro primeros puestos de la temporada regular. De este modo, el cuadro de la Copa del Rey de baloncesto es el siguiente:

- **Joventut - Unicaja** (jueves, a las 18:30 horas).
- **La Laguna Tenerife - FC Barcelona** (jueves, a las 21:30 horas).
- **Real Madrid - BAXI Manresa** (viernes, a las 18:30 horas).
- **Dreamland Gran Canaria - Valencia Basket** (viernes, a las 21:30 horas).
- **Semifinal 1:** ganador del Unicaja - Joventut vs. ganador del La Laguna Tenerife - FC Barcelona (sábado, a las 18:30 horas).
- **Semifinal 2:** ganador del Real Madrid - BAXI Manresa vs. ganador del Dreamland Gran Canaria - Valencia Basket (sábado, a las 21:30 horas).
- **Final** (domingo, a las 20:00 horas).

La 89ª edición de la Copa del Rey de baloncesto se juega en Las Palmas de Gran Canaria, donde el Gran Canaria Arena será la sede de todos los partidos.

¿Qué ver en Movistar Plus+?

Movistar Plus+ alberga en su programación algunas de las citas más destacadas del deporte nacional e internacional. A continuación, te contamos qué otros eventos se pueden ver en una plataforma de la que vas a poder disfrutar desde el momento en que te suscribas, sin necesidad de instalación de cables ni decodificadores:

- **NBA All-Star 2025** (del 15 al 17 de febrero).
- **Euroliga: Real Madrid - FC Barcelona** (27 de febrero).
- **Torneo de las Seis Naciones de rugby** al completo y en exclusiva (hasta el 15 de marzo).
- **Champions League: Real Madrid - Manchester City** (19 de febrero).

Si tienes Movistar Plus+ y te gusta el cine, estos son los estrenazos de Hollywood imprescindibles para este mes de febrero de 2025

Acción, suspense, terror y misterio en unas cintas de lo más entretenidas para un perfecto plan de sofá y mantita

Hace 2 horas Paco Rodriguez



Movistar Plus+ continúa ampliando el catálogo de cine de estreno disponible en la plataforma y este mes de febrero llega cargado de buenos títulos de lo más taquillero especialmente si nos gusta la acción y el misterio.

De entre todos los lanzamientos previstos para este mes hay cuatro que destacan sobre el resto por su calidad cinematográfica y/o audiovisual así como por ser también de lo más entretenidos. ¿No sabes qué ver en las próximas sesiones cinéfilas? Estos son mis favoritos para los próximos días.

'Misión Imposible: Sentencia Mortal - parte uno'



Desde el viernes 21 Movistar emitirá en su séptima aparición en la gran pantalla al superagente Ethan Hunt interpretado por un Tom Cruise más en forma que nunca. Tendrá que enfrentarse al peligro más aniquilador que haya amenazado a la humanidad en una misión que suponemos será posible, puesto que la continuación de este título llegará en mayo a los cines.

Con más acción y más espectacular que nunca, 'Misión Imposible: Sentencia Mortal – parte 1' fue nominada a dos premios Oscar en 2024 y es "una experiencia independiente que la gente que no haya visto las otras Misiones va a disfrutar", según afirma Cruise.

'Longlegs'



Disponible desde el sábado 1 de febrero, esta película tiene como protagonistas a Nicolas Cage y Maika Monroe ('It Follows') y está considerada como una de las mejores películas de terror de 2024.

La trama narra cómo la novata agente del FBI Lee Harker, asignada a la investigación del caso Longlegs, descubre una conexión entre los casos que la acerca a la identidad del asesino, pero una sensación de inquietud y temor empieza a crecer en su interior.

'Furiosa: de la saga Mad Max'

A partir del viernes 28 de febrero Movistar tendrá disponible esta cinta de George Miller, precuela de 'Furia en la carretera' que marcó un antes y un después en el cine de acción. Esta épica cinta retoma el personaje de Furiosa para narrar cómo llegó a convertirse en la Imperator que conocimos en 'Mad Max: furia en la carretera'.

Protagonizada por Anya Taylor-Joy y Chris Hemsworth, la cinta une acción desenfrenada y violencia salvaje al más puro estilo Mad Max en una historia que habla de guerra, venganza, dolor y esperanza.

'El despertar de la bestia'

Si os gusta el cine de terror repleto de acción y con toques de serie B, esta 'El despertar de la bestia' (Werewolves, 2024) será vuestro título favorito en febrero.

Una cinta que se estrena directamente en la plataforma sin pasar antes por los cines desde el miércoles 19 con Frank Grillo (saga 'La purga', 'Infierno blanco') como protagonista para darle una nueva oportunidad al mito del hombre lobo.