

MIÉRCOLES, 5 DE MARZO DE 2025

TEMAS DEL DÍA

Lowi añade Disney+ a sus paquetes de fibra, móvil y TV (BandaAncha.eu)

Lowi estrena tarifas con hasta 25 GB extra gratis y descuentos en Disney+ y Netflix, aunque hay una mala noticia (Xataka)

PIRATERÍA

El porcentaje de jóvenes españoles que consume fútbol pirata supera el 40% (2PlayBook)

Digi empieza mostrar un aviso al bloquear webs señalando a LaLiga y Telefónica como responsables (BandaAncha.eu)

FICCIÓN ORIGINAL

LA CANCIÓN

Movistar Plus+ lanza el primer teaser de 'La canción', la serie de la victoria de Massiel en Eurovisión (VARIOS)

LA VIDA BREVE

5' CON ALICIA ARMENTEROS (In Style)

'La vida breve' y la tumba vandalizada de la irreverente Luisa Isabel de Orleans (20 Minutos)

El joven actor malagueño Carlos Scholz es el invitado de la semana en "Una de Cine" (Canal SUR)

Carlos Scholz: "Con mi papel del rey Luis I en 'La vida breve' me lo he pasado muy bien, ha sido divertidísimo" (Canal SUR)

El reinado breve de Luis I y Luisa Isabel de Orleans, con Leonor Watling, Alicia Armenteros y Carlos Scholz (Museo del Prado)

YO SIEMPRE A VECES

Arranca el rodaje de 'Yo siempre a veces', una serie original Movistar Plus+ creada por Marta Bassols y Marta Loza (Miss Cultura)

QUERER

'Querer' competirá en el festival Series Mania de Lille (Berria)

NO FICCIÓN ORIGINAL

FLORES PARA ANTONIO

Los primeros detalles de la película documental sobre Antonio Flores (65 y más)

LAS BERROCAL

Descubrimos la nueva casa en el centro de Vicky Martín Berrocal: minimalista y de estilo industrial (Semana)

CINE ORIGINAL

LOS TIGRES

Cine español para el 2025: Thriller (Rubik Audiovisual)

DEPORTE Y TV

Los derechos televisivos del fútbol: un negocio dorado con un reparto desigual (Libertad Digital)

Desigualdad en los derechos televisivos (SPORT)

DAZN planea invertir en los derechos de la nueva liga de la NBA en Europa (El Confidencial Digital)

La AEPD impone una sanción de un millón de euros a LaLiga por uso indebido de sistemas de reconocimiento biométrico (Europa Press)

LaLiga recurrirá la multa de la AEPD por estar "basada en premisas rotundamente erróneas" (Europa Press)

La Serie A italiana quiere llevar partidos de temporada regular a Estados Unidos en los próximos tres años (The Athletic)

Jonas Mårtensson (Cleeks GC-LIV Golf): "Queremos crear algo que sea más grande que los propios golfistas" (2Playbook)

Entre Mike Tyson y la NFL en Navidad: ¿qué fue lo más visto en el año deportivo de Netflix? (2PlayBook)

TV DE PAGO

Que canceles tu suscripción de Netflix no parece importarle a la compañía. La razón: queda claro que la mayoría de los usuarios vuelve (Xataka)

Severance y La sustancia ganaron en febrero la batalla de la popularidad en el *streaming* (Marketing Directo)

Entre Mike Tyson y la NFL en Navidad: ¿qué fue lo más visto en el año deportivo de Netflix? (2PlayBook)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Cine español para el 2025: Thriller (Rubik Audiovisual)

Las campanadas de Broncano y Lalachus costaron 284.466 euros (ABC)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Conozca al rival de TikTok que más se benefició con la prohibición estadounidense (y no es RedNote) (Variety VIP+)

Necesidades técnicas para establecer licencias para el entrenamiento de IA (Variety VIP+)

Andrew Cripps nombrado director de distribución cinematográfica global de Disney (The Hollywood Reporter)

A pesar de un comienzo decepcionante en la Bolsa de Londres, Canal+ Group publica sólidos resultados anuales y busca adquirir MultiChoice, que ya está prevista para octubre (Variety)

Canal+ cierra 2024 con 26,9 millones de abonados y apuesta por una «estrategia activa de fusiones y adquisiciones» (The Hollywood Reporter)

Canal+ invertirá al menos 500 millones en cine francés en tres años en virtud de un nuevo acuerdo con los sindicatos (Deadline)

Canal+ registra ingresos superiores en sus primeros resultados desde su salida a Bolsa en el Reino Unido (Financial Times)

Max de Warner Bros. Discovery se lanzará en Turquía y reemplazará a BluTV el 15 de abril (The Hollywood Reporter)

Cómo "Yellowstone" y el universo de Taylor Sheridan han ayudado a SkyShowtime a entrar en el abarrotado mercado europeo del streaming (Deadline)

Dominar los conceptos básicos de la televisión sigue siendo un desafío para los *streamers* (ScreenMedia)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Necesidades técnicas para establecer licencias para el entrenamiento de IA (Variety VIP+)

La demora en la legislación sobre IA impacienta al audiovisual: "Hay que buscar soluciones" (Kinótico)

Productor de 'Divergente' lanza empresa de inteligencia artificial que pretende hacer películas con calidad de estudio por 500.000 dólares (The Hollywood Reporter)

INFORME+: CRAVIOTTO

El emocionante mensaje del padre de Saúl Craviotto en el final de su documental: "Si te digo la verdad..." (Cadena 100)

TELEFÓNICA

Telefónica nombra mañana consejero delegado a Emilio Gayo (Expansión)

MOVISTAR PLUS+

Fútbol y fibra de Movistar por 30 euros durante 1 año, la oferta de la que habla Javier Tebas (ADSL Zone)

Miss Austen: la hermana mayor de Jane Austen (Lorenzo Mejino en Grupo VOCENTO)

¿Te ha gustado 'Yellowjackets'? 5 series y películas que quizá no conozcas y te encantarán si eres fan de la serie (Best Movie)

La controvertida opinión de Leticia Dolera sobre 'Anora', la película ganadora del Oscar: "Me molestó" (El Independiente)

Leticia Dolera da su opinión sobre 'Anora', ganadora de los Oscar, y se abre el debate: "Afortunadamente la hizo Sean Baker y no Leticia" (Los 40)

Dónde ver 'Anora', la ganadora a mejor película en los Premios Oscar 2025 (Cinemanía) Dónde y cómo ver todas las películas premiadas de los Óscar 2025 en *streaming*: desde 'Anora' a 'The Brutalist' y 'Emilia Pérez' (Vandal)

El documental ganador del premio Oscar 2025 ya está en plataformas de streaming en España y su argumento es una sorpresa que impacta más por lo que no cuenta (Esquire)

'The Apprentice. La historia de Trump', tiene 2 nominados al Óscar, una estremecedora historia real que enfurece a un presidente, y por fin se puede ver en *streaming* (Espinof)

Dos nuevos canales, cine de estreno y series internacionales: todas las novedades de Movistar Plus+ en marzo (Xataka)

Si tienes Movistar Plus+, estas son las 17 películas de estreno imprescindibles para este mes de marzo en la plataforma (Xataka)

Mes de adaptaciones seriéfilas y mucho cine de calidad con 'Marco' o 'Emilia Pérez': así es marzo en Movistar+ (Los Lunes Seriéfilos)

La supervivencia es criminal. Tráiler de 'Reinas del Soho' (El Séptimo Arte)

Los estrenos de series de marzo: el regreso de la precuela de Yellowstone, las series de época de Netflix y dos comedias repletas de estrellas (Mujer Hoy)

"Se quedará metida en tu cabeza": Ganó 4 Premios Oscar, está en Movistar Plus+ y es la mejor película del siglo XXI (Cinemanía)

"Romper el círculo" es uno de los dramas románticos de 2024, se ha convertido en una gran polémica y se estrena en Movistar Plus+: (Hobby Consolas)

El documental de los 7 maratones de Verdeliss: fecha de estreno y dónde verlo (Artículo 14)

"The Americas", un recorrido por América como nunca se ha visto en Movistar Plus+ (Mundoplus.tv)

Lo mejor de Los Oscars 2025, en Movistar Plus+ por sólo 9,99€ al mes (Grupo VOCENTO)

Tu Bono Cultural Joven también sirve con Movistar Plus+: un año de pelis, series, fútbol y más sale por solo 39 euros (Xataka)



Lowi añade Disney+ a sus paquetes de fibra, móvil y TV

Joshua Llorach hace 54 minutos



Lowi no cuenta con una plataforma de televisión con sí tienen algunos de sus competidores low cost, pero desde hace un tiempo ha empezado a añadir junto con sus tarifas de fibra y móvil la suscripción a los paquetes básicos de algunas plataformas de streaming populares.

La primera fue hace casi un año atrás Prime Video, con una promoción que incluía 12 meses de suscripción. A esta propuesta, ya desaparecida, siguió Netflix, que aún puede contratarse con todas sus tarifas de fibra y móvil por un coste adicional de 6€ al mes, incluyendo el plan estándar con anuncios, cuyo precio contratando directamente con la plataforma es de 6,99€.

Ahora Lowi anuncia una nueva opción. Se trata de Disney+. La suscripción al plan estándar con anuncios de la plataforma cuesta normalmente 5,99€ al mes, pero ahora si se contrata a través de Lowi junto con su fibra y móvil podemos ahorrar 1€.

Ambas suscripciones son compatibles tanto con su fibra Fit que resulta más económica, al usar su propia red y algunas otras seleccionadas, como con la fibra normal disponible en el resto del territorio que utiliza la fibra indirecta de Movistar.

Así, el paquete con fibra Fit 300Mb, 35GB para el móvil y Disney+ se queda en un total de 25€ al mes. Si además se incluye Netflix, el total mensual es de 31€.

Fibra	Móvil	TV	Precio
Fit 300 Mb	35GB	Netflix	26€
		Disney+	25€
		Netflix + Disney+	31€
Indirecta 300 Mb	35GB	Netflix	36€
		Disney+	35€
		Netflix + Disney+	41€

La suscripción a Disney+ a través de Lowi es compatible con la de Netflix, de forma que los clientes que quieran tener acceso a ambas plataformas pueden aprovechar el descuento acumulado de unos 2 € al mes.

Por otra parte, Lowi ha empezado a ofrecer WiFi 6 a algunos clientes gracias al uso del nuevo router todo en uno Zte F6600P que mejora notablemente las características de sus predecesores.



Lowi estrena tarifas con hasta 25 GB extra gratis y descuentos en Disney+ y Netflix, aunque hay una mala noticia

Las nuevas tarifas de fibra, móvil y televisión no son compatibles con la promoción con Amazon, pero sí suman los descuentos en Netflix y Disney+



Hace 3 horas Actualizado 4 Marzo 2025

Lowi repite la estrategia seguida con Netflix y ahora añade otra oferta para que también puedas disfrutar de Disney+ con descuento y un extra de gigas gratis si contratas cualquiera de las plataformas de streaming

Junto a la renovación de tarifas que hacen hueco a Disney+ en Lowi, el OMV de Vodafone aprovecha para eliminar la antigua promoción que añadía un año gratis de Amazon Prime cuando contratabas determinadas tarifas.

Hasta 25 GB extra gratis y descuentos en Disney+ y Netflix

Los clientes de Lowi que tengan contratado Disney+ y/o Netflix, disfrutarán de un descuento de 99 céntimos al mes en cada una de las plataformas, de modo que ambos descuentos son compatibles en caso de contratar las dos.

Además, la contratación de cualquiera de las plataformas también añade un extra de gigas gratis, que será de 5 GB más en la tarifa más barata, 10 GB más en el siguiente escalón de precios, y 15 y 25 GB más en las tarifas más completas.

Gracias a las nuevas condiciones, a partir de ahora podrás contratar en Lowi cualquiera de los siguientes combinados. En la tabla mostramos los precios vigentes para dos terceras partes de los usuarios con acceso a fibra en España, pero si eres de los 11 millones de afortunados que vive una zona con cobertura propia de Lowi Fit, disfrutarás de un descuento indefinido de 10 euros al mes en cualquiera de las tarifas.

Los precios indicados con Netflix y Disney+ incluyen la versión estándar con anuncios. Gracias al acuerdo con Disney+, tendrás acceso a películas taquilleras y producciones originales de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars, y National Geographic, así como las películas y series de Star.

Esto incluye series de éxito como 'The Bear' o 'Solo asesinatos en el edificio', o "Shogun" así como la emblemática 'Anatomía de Grey' o estrenos de cine más recientes como 'Vaiana 2', 'Alien Romulus' y series originales producidas en España como 'Invisible' y 'Yo, adicto'.

Tal y como destacan desde Lowi, ahora podrás contratar fibra Fit, móvil con 35 GB y Disney+ desde 25 euros al mes, o con dos líneas móviles desde 30 euros al mes.

Así queda Lowi frente a los competidores más baratos

Tras las mejoras, los combinados de fibra, móvil y televisión de Lowi comparados con rivales como Digi, Pepephone, Yoigo o la propia Vodafone (que es la única que también incluye servicio de televisión), quedan de la siguiente manera:

Con Netflix incluido:

DIGI	Lowi	pepephone	vodafone	Yoigo
Netflix con anuncios	Netflix con anuncios	Netflix con anuncios	Netflix con anuncios 70 canales (26 premium)	Netflix con anuncios Televisión opcional +5€
300 Mbps + 30 GB por 31,99 euros 300 Mbps + 60 GB por 32,99 euros 300 Mbps + 120 GB por 34,99 euros 300 Mbps + GB ilim por 36,99 euros (Con fibra directa: descuento 16€) Fibra a 1 Gbps por 10€	300 Mbps + 36 GB por 36 euros 300 Mbps + 80 GB por 38 euros 300 Mbps + 166 GB por 41 euros 300 Mbps + 326 GB por 43 euros (Con fibra directa: descuento 10€) Fibra a 1 Gbps por 10€	300 Mbps + 26 GB por 36,90 euros 600 Mbps + 69 GB por 41,90 euros 1.000 Mbps + 199 GB por 48,90 euros	800 Mbps + 26 GB por 41,99 euros 800 Mbps + 60 GB por 46,99 euros 800 Mbps + 100 GB (exceso 2 Mbps) por 51,99 euros 800 Mbps + GB ilim por 56,99 euros Fibra a 1 Gbps por 10€	500 Mbps + 36 GB (2 Mbps) por 52 euros 500 Mbps + 66 GB (2 Mbps) por 56 euros 500 Mbps + GB ilim por 64 euros Fibra a 1 Gbps por 10€

Con Disney incluido

Lowi	vodafone	orange™
Disney+ con anuncios	Disney+ con anuncios 70 canales (26 premium)	Disney+ con anuncios 90 canales (40 premium)
300 Mbps + 36 GB por 36 euros 300 Mbps + 80 GB por 38 euros 300 Mbps + 166 GB por 40 euros 300 Mbps + 326 GB por 42 euros (Con fibra directa: descuento 10€) Fibra a 1 Gbps por 10€	800 Mbps + 26 GB por 46 euros 800 Mbps + 60 GB por 50 euros 800 Mbps + 100 GB (exceso 2 Mbps) por 55 euros 800 Mbps + GB ilim por 60 euros 800 Mbps + 2 líneas GB ilim por 66 euros Fibra a 1 Gbps por 10€	800 Mbps + GB ilim por 66 euros 1.000 Mbps + 2 líneas GB ilim por 86 euros

Con dos plataformas de streaming

pepephone		Lowi	Yoigo	
Pepephone	Pepephone	Lowi	Yoigo	Yoigo
Netflix con anuncios	Netflix con anuncios	Netflix con anuncios	Netflix con anuncios	Netflix con anuncios
Prime con anuncios	Max	Disney+ con anuncios	Prime con anuncios	Max
			Televisión opcional +5€	Televisión opcional +5€
• 800 Mbps + 59 GB por 45,90 euros • 1.000 Mbps + 199 GB por 53,90 euros	• 1.000 Mbps + 199 GB por 57,90 euros	• 300 Mbps + 35 GB por 41 euros • 300 Mbps + 60 GB por 44 euros • 300 Mbps + 165 GB por 46 euros • 300 Mbps + 325 GB por 48 euros (Con fibra directa: descuento 10€) Fibra a 1 Gbps por 10€	• 500 Mbps + 35 GB (2 Mbps) por 58 euros • 500 Mbps + 55 GB (2 Mbps) por 60 euros • 500 Mbps + GB ilim por 65 euros Fibra a 1 Gbps por 10€	• 500 Mbps + 35 GB (2 Mbps) por 60 euros • 500 Mbps + 55 GB (2 Mbps) por 64 euros • 500 Mbps + GB ilim por 72 euros Fibra a 1 Gbps por 10€

2Playbook

El porcentaje de jóvenes españoles que consume fútbol pirata supera el 40%

España ocupa la tercera plaza de consumo ilegal de eventos deportivos en la Unión Europea y el fraude audiovisual se estima entre los 600 y 700 millones de euros.



Daniel Vigo 4 de marzo de 2025

Encuestas recientes de la EUIPO señalan que el 19% de los españoles admite haber utilizado métodos en línea ilegales para acceder a retransmisiones deportivas en 2024. Este porcentaje es más alarmante entre los jóvenes españoles de 15 a 24 años, ya que se eleva al 42%.

Esto está generando un impacto en las finanzas del deporte, pero también en las plataformas que se encargan de cubrir los eventos deportivos, ya que la piratería afecta a la calidad y a la cantidad de sus contenidos, lo cual representa una amenaza a la industria del fútbol y del deporte en general a largo plazo.

LaLiga, organización que se encarga de las competiciones de Primera y Segunda División del fútbol español, señala que este fraude audiovisual en el fútbol español afecta directamente a más de 190.000 personas que trabajan en esta industria, la cual aporta aproximadamente 8.400 millones de euros al PIB nacional.

Para combatir este fenómeno, ya se han estado generando distintos esfuerzos. Por ejemplo, solo en febrero de 2025 se ha logrado bloquear webs piratas que contaban con más de 400.000 usuarios únicos mensuales en España. Además, ya existe un fallo judicial que permite a LaLiga, no solo sancionar a las plataformas ilegales, sino también a sus consumidores.

Con medidas como estas, se está intentando aminorar el consumo de contenido deportivo pirata, y así proteger los derechos de propiedad intelectual. Al mismo tiempo, están apareciendo otras opciones más accesibles para los distintos públicos, con la finalidad de combatir la piratería y generar mayor fidelización de los abonados sin afectar la economía de los mismos.



Digi empieza mostrar un aviso al bloquear webs señalando a LaLiga y Telefónica como responsables

Joshua Llorach ayer 23:00



Como Movistar, MásOrange y Vodafone, Digi también está obligado a acatar el listado de bloqueos que desde LaLiga le envían los días de partido, con los que estos dos titulares de los derechos del fútbol tratan de dificultar la difusión del streaming pirata.

La mejora ECH que se ha introducido en el protocolo que hace funcionar las webs seguras impide el bloqueo de dominios como se venía haciendo hasta ahora, así que LaLiga y Telefónica han optado por usar los ya famosos cañonazos, técnica que consiste en bloquear el acceso a direcciones IP completas, tumbando el servicio pirata junto con miles de webs legales que comparten la misma IP.

El destrozo que se produce cada vez que se activan los bloqueos es notable, especialmente para los clientes de Movistar, su segunda marca O2 (en este momento parte de OpenAI y Sage continúan bloqueados desde su red) y los de Digi, ya que son los que aplican el bloqueo de forma más estricta, impidiendo cualquier comunicación con la IP de destino.

Ambas operadoras están siendo duramente criticadas en las redes sociales por sus clientes, que no entienden cómo pueden seguir tolerando este ataque a la calidad de su servicio. Es cierto que LaLiga y su socio Movistar Plus+ se refugian en una sentencia judicial para ordenar los bloqueos, pero también es cierto que ninguna operadora se opuso en su momento ante el juez, por lo que este concedió las medidas que se le pedían al entender que no afectaría a terceros. Tampoco ninguna ha promovido la nulidad de la sentencia al ver su efecto real, sino que han tenido que ser Cloudflare y los propios usuarios afectados.

La normativa sobre neutralidad exige transparencia al bloquear

Otro problema es la falta de transparencia. La normativa sobre neutralidad de la red que contempla los bloqueos por razones legales, obliga a las operadoras a dar "una explicación clara y comprensible de la forma en que cualquier limitación del volumen de datos, la velocidad y otros parámetros de calidad del servicio pueden afectar en la práctica a los servicios de acceso a internet, especialmente a la utilización de contenidos, aplicaciones y servicios". Solo Orange y Vodafone han venido informando al cliente de forma transparente con un mensaje cuando se le bloquea su acceso.

Mientras tanto, Movistar/O2 y Digi no sólo no informan en ningún momento de que se está realizando un bloqueo por razones legales, si no dejan el navegador con un largo cargando..., que en el caso de tratarse de otro servicio, como la domótica, deja a los sistemas colgados esperando respuesta

Digi mostrará un aviso al bloquear

Afortunadamente, en Digi parece que han decidido pasar a ser un poco más respetuosos con sus clientes cuando intervienen en la navegación. Desde el martes día 4 de marzo, la red de la operadora ha empezado a mostrar un mensaje explicativo sobre las razones del bloqueo a los clientes que acceden a una de las webs y direcciones IP afectada por el bloqueo de LaLiga. El mensaje detalla la sentencia que respalda las medidas y señala directamente a la Liga y Telefónica como responsables.



El acceso a la presente dirección IP ha sido bloqueado en cumplimiento de lo dispuesto en la Sentencia de 18 de diciembre de 2024, dictada por el Juzgado de lo Mercantil nº 6 de Barcelona en el marco del procedimiento ordinario (Materia mercantil art. 249.1.4)-1005/2024-H instado por la Liga Nacional de Fútbol Profesional y por Telefónica Audiovisual Digital, S.L.U.

El mensaje todavía no aparece de forma uniforme a todos los clientes, sino solo a los que usan determinados rangos. Además el sistema ha estado ocasionando problemas durante toda la tarde, mostrando el aviso en numerosas páginas sin relación con los bloqueos. Incluso la propia página de Digi se ha visto afectada, siendo inalcanzable para algunos clientes. Todo ello refuerza la idea de que la operadora está introduciendo y ultimando la configuración de un nuevo sistema de filtrado.

EL  ESPAÑOL

 **BLUPER**



Carolina Yuste se mete en la piel de Massiel en esta miniserie de tres episodios de Movistar Plus+.

Primeras imágenes de Carolina Yuste en 'La canción' con el traje que lució Massiel en su victoria en Eurovisión con 'La la la'

La miniserie de tres capítulos llegará a Movistar Plus+ el próximo 8 de enero, en la semana previa a la participación de Melody en Eurovisión 2025.

Movistar Plus+ continúa calentando motores de La canción, la miniserie de tres capítulos protagonizada por Carolina Yuste que narra la historia que hay detrás de la victoria de Massiel en Eurovisión el 6 de abril de 1968 con su inolvidable La la la.

Tras enseñar en enero a la actriz mimetizada con la cantante, la plataforma lanza ahora el primer tráiler de la ficción. Es la primera vez que se puede ver a la intérprete caracterizada como ganó Massiel el festival, con el vestido de margaritas que llevó en el Royal Albert Hall de Londres, Reino Unido. Un icónico diseño firmado por Courrèges.

En el adelanto también aparece Patrick Criado, que da vida a Esteban Guerra, un joven ejecutivo de RTVE que junto a Artur Kaps (Álex Brendemühl) emprende la Operación Eurovisión, un plan para encontrar la canción y el intérprete ideales que proyecten en Europa la imagen de un país moderno y abierto, tal y como desea el Gobierno.

En estas imágenes en movimiento, se aprecia la autenticidad que le imprime Carolina Yuste al interpretar a una jovencísima Massiel. También hay una pequeña pincelada a la polémica que hubo en torno a Joan Manuel Serrat, que inicialmente era el que iba a interpretar la canción. Sin embargo, no lo hizo porque quería cantarla en catalán.

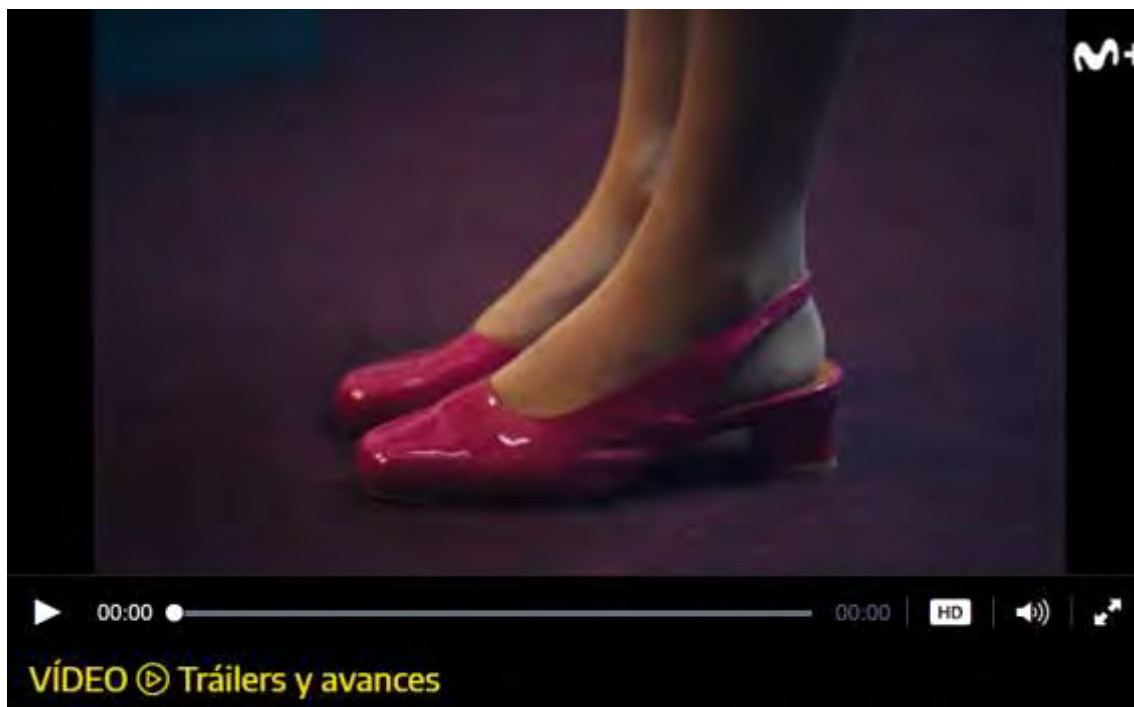
La producción será la antesala a la participación de Melody con Esa Diva en Eurovisión, pues su estreno está previsto en Movistar Plus+ para el 8 de mayo. Es la semana previa a la celebración de la edición número 69 del Festival de la Canción, que se celebrará en la ciudad suiza de Basilea.



La canción está creada por Pepe Coira y Fran Araújo, el tándem de guionistas responsable de Rapa e Hierro, y dirigida por el nominado al Goya Alejandro Marín (Te estoy amando locamente). Completan el reparto de la serie. Marcel Borràs, Mariano Peña, Carlos Santos, Laia Manzanares, Carlos González, Eneko Sagardoy, Xose A. Touriñán, y Luis G. Gámez, entre otros.

La serie refleja un contexto histórico bisagra de puro cambio, ansias de libertad democrática y mucha agitación política y social. Todo retratado bajo el prisma de una odisea musical jamás narrada en tono de ficción.

El lanzamiento de esta miniserie coincide con el delicado estado de salud de la artista que dio la primera victoria (y única no compartida) a nuestro país en Eurovisión. Tras un tiempo alejada de la vida pública, Massiel anunció en el programa de Telecinco ¡De viernes! que padece un cáncer de pulmón a sus 77 años. "Estoy viva de milagro", dijo entre lágrimas.



VÍDEO

Carolina Yuste es Massiel en el primer teaser de 'La canción', la serie de Movistar Plus+ sobre el triunfo en Eurovisión

La actriz protagoniza el primer adelanto de 'La canción', la nueva ficción de la plataforma Movistar Plus+ sobre el éxito eurovisivo de Massiel y su 'La, la, la'

Redacción verTele 4 de marzo de 2025

Carolina Yuste ya se deja ver como Massiel para Movistar Plus+. La plataforma de pago ha lanzado el primer teaser de La canción, su nueva serie sobre el primer triunfo de España en Eurovisión que llegará al streaming en la previa 'eurovisiva', el próximo 8 de mayo.

En el vídeo, de apenas medio minuto de duración, se ve por primera vez a la protagonista recreando la icónica actuación del La, la, la en la final de Eurovisión 1968, el momento cumbre de la ficción y uno de los acontecimientos históricos más importantes de la televisión española.

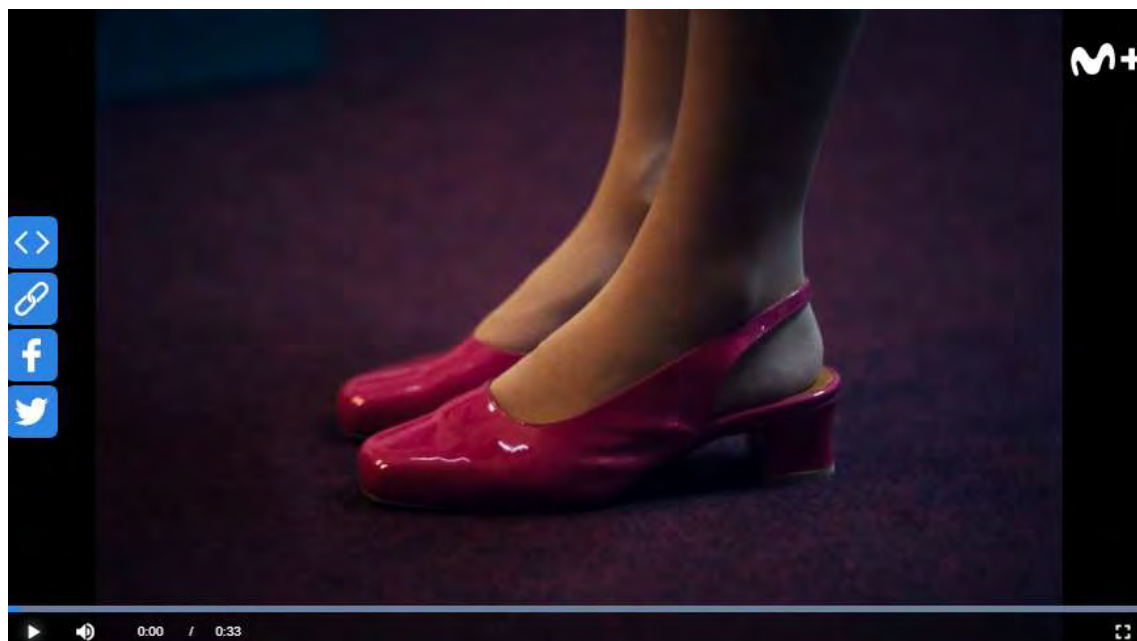
En *La canción*, Yuste se pone en la piel de Massiel para contar los entresijos del primer éxito de RTVE en el festival europeo de la canción. Lo hará bajo la mirada del personaje ficticio de Esteban Guerra (Patrick Criado), un ejecutivo de televisión que recibe el encargo de conseguir lo que entonces parecía una utopía eurovisiva.

Alex Brendemühl, Marcel Borràs, Mariano Peña, Laia Manzanares, Eneko Sagardoy y Carlos Santos, entre otros, completan el reparto. La ficción consta de un total de cuatro capítulos, está creada por Pepe Coira y Fran Araújo, artífices de *Rapa y Hierro*, y dirigida por Alejandro Marín. Puedes leer la sinopsis y más detalles aquí.



Primeras imágenes de Carolina Yuste en 'La canción' con el traje que Massiel llevó en Eurovisión

La actriz protagoniza esta nueva serie de Movistar Plus+ junto a Patrick Criado



ABC 04/03/2025

1968. Esteban Guerra (Patrick Criado), un joven ejecutivo de RTVE, descubre que desde muy arriba ha llegado una orden clara: España tiene que ganar el festival de Eurovisión. Sin experiencia musical, pero ansioso por ascender, Esteban toma las riendas del proyecto y convence de unirse a la aventura al peculiar Artur Kaps (Alex Brendemühl), responsable detrás de los grandes espectáculos televisivos de la época. Juntos emprenden la «Operación Eurovisión», un plan para encontrar la canción y el intérprete ideales que proyecten en Europa la imagen de un país moderno y abierto, tal como desea el gobierno. Tras meses de sortear obstáculos, incluyendo el sonado episodio con Serrat (Marcel Borràs), el éxito es rotundo: Massiel (Carolina Yuste) se alza como vencedora del festival cantando «La, la, la». 'La canción', serie de Movistar Plus+ está protagonizada por Patrick Criado, Carolina Yuste y Marcel Borràs y cuenta la historia de un triunfo cimentado en un estribillo pegadizo, una cantante carismática y una increíble sucesión de accidentes. Esta es la historia del azaroso (o no tanto) camino hasta aquella victoria.

La canción' refleja un contexto histórico bisagra de puro cambio, ansias de libertad democrática y mucha agitación política y social. Todo retratado bajo el prisma de una odisea musical jamás narrada en tono de ficción. El rodaje de la ficción ha tenido lugar en localizaciones de Madrid, como el Parque del Oeste, la Facultad de Medicina de la UCM o el antiguo Edificio de Correos de Chamartín, donde se han recreado espacios emblemáticos de la época como los antiguos estudios de RTVE de Prado del

Rey. Además, se han replicado al detalle emblemáticos escenarios de los momentos más icónicos de Massiel por el festival, como el mítico Royal Albert Hall de Londres donde España ganó Eurovisión.

LOS LUNES SERIÉFILOS

NOTICIAS SERIES

Drama, Política y Música: 'La Canción' revive el momento más icónico de Eurovisión

Mario Cerdeño Salinero 04 marzo, 2025



Entre bastidores: política, ambición y el pegadizo estribillo que cambió la historia a través de la serie 'La Canción' de Movistar Plus+. ¡Descubre su primer avance!

Creada por las mentes brillantes detrás de 'Rapa' y 'Hierro', Pepe Coira y Fran Araújo, y dirigida por el talentoso nominado al Goya Alejandro Marín ('Te estoy amando locamente'), 'La Canción' llega como una de las apuestas más emocionantes de Movistar Plus+, en colaboración con Buendía Estudios, se estrena en la plataforma el 8 de mayo. Este vibrante proyecto cuenta con un elenco estelar encabezado por Patrick Criado ('Antidisturbios'), Alex Brendemühl ('Reina roja'), Carolina Yuste ('La infiltrada') y Marcel Borràs ('El Inmortal'). ¡No te pierdas su primer avance!

El reparto se enriquece con las interpretaciones de grandes nombres como Mariano Peña ('Aída'), quien da vida al formidable Lasso de la Vega; el ganador del Goya Carlos Santos ('El hombre de las mil caras'), que encarna a Balmaseda, el exigente jefe de Esteban; y Laia Manzanares ('La desconocida'), interpretando a la pareja de Esteban, una farmacéutica apasionada por Eurovisión que trabaja como asistente de laboratorio en la universidad.

También destacan Carlos González ('La vida breve') como Rafael Ibarbia; Eneko Sagardoy ('Handia'), quien asume el papel del fotógrafo Carlos; Xose A. Touriñán ('Fariña') como Manuel Fraga; y Luis G. Gámez en el desafiante rol de Francisco Franco. A esta lista se suman Chloe Berman como la icónica presentadora Katie Boyle y Garmon Rhys en el papel del cantante Cliff Richard.



Un viaje en el tiempo lleno de música y revolución

'La Canción' se sumerge en una época crucial, un momento histórico donde España palpitaba con deseos de cambio, libertad y modernidad en medio de una agitación social y política sin precedentes. Todo esto, envuelto en el ritmo vibrante de una odisea musical jamás contada en clave de ficción.

El rodaje nos transporta a escenarios emblemáticos de Madrid, como el Parque del Oeste, la Facultad de Medicina de la UCM o el antiguo Edificio de Correos de Chamartín. Allí, se han recreado los icónicos estudios de RTVE en Prado del Rey y otros espacios clave de la época. Pero no todo sucede en España: 'La Canción' también ha tomado vida en las calles de Londres y París, incluyendo recreaciones espectaculares como el legendario Royal Albert Hall, donde España hizo historia en Eurovisión con Massiel y su inolvidable La, la, la.



Sinopsis: Un sueño, una misión, una victoria inolvidable – ¿de qué trata la serie 'La Canción' de Movistar Plus+?

En 1968, Esteban Guerra (Patrick Criado), un joven y ambicioso ejecutivo de RTVE, recibe una orden tan directa como desconcertante: España debe ganar Eurovisión. Sin experiencia en el mundo musical pero con un hambre insaciable de éxito, Esteban se embarca en la llamada "Operación Eurovisión". Para ello, convence al excéntrico Artur Kaps (Alex Brendemühl), un genio detrás de los mayores espectáculos televisivos de la época, para que lo acompañe en esta peculiar misión.

Juntos, navegan por un mar de retos, intrigas y golpes de suerte, incluyendo el polémico episodio con Serrat (Marcel Borràs). Contra todo pronóstico, logran lo impensable: Massiel (Carolina Yuste) conquista Europa con su carisma arrollador y un estribillo que marcó a toda una generación. Pero, ¿fue realmente fruto del azar? Esta serie desvela los secretos, las estrategias y los giros inesperados que condujeron a aquella histórica victoria.

'La Canción': una serie que promete emocionar, sorprender y hacernos vibrar al compás de la historia.



Primer teaser oficial de ‘La canción’ con Carolina Yuste cantando como Massiel: Sinopsis, reparto y fecha de estreno

Redacción Best Movie 4 marzo 2025



Movistar Plus+ acaba de estrenar el primer teaser de La canción , la serie original que narra el triunfo de España en Eurovisión 1968 de la mano de Massiel, interpretada por Carolina Yuste. En el video, vemos las primeras imágenes en el papel de su personaje e interpretando el mítico La La La.

Creada por Pepe Coira y Fran Araújo, el dúo de guionistas responsable de Rapa y Hierro, y dirigida por el nominado al Goya Alejandro Marín (Te estoy amando locamente), La canción refleja un contexto histórico bisagra de puro cambio, ansias de libertad democrática y mucha agitación política y social. Todo retratado bajo el prisma de una odisea musical jamás narrada en tono de ficción.



Sinopsis

1968. Esteban Guerra (Patrick Criado), un joven ejecutivo de RTVE, descubre que desde muy arriba ha llegado una orden clara: España tiene que ganar el festival de Eurovisión. Sin experiencia musical, pero ansioso por ascender, Esteban toma las riendas del proyecto y convence de unirse a la aventura al peculiar Artur Kaps (Alex Brendemühl), responsable detrás de los grandes espectáculos televisivos de la época. Juntos emprenden la "Operación Eurovisión", un plan para encontrar la canción y el intérprete ideales que proyecten en Europa la imagen de un país moderno y abierto, tal como desea el gobierno.

Tras meses de sortear obstáculos, incluyendo el sonado episodio con Serrat (Marcel Borràs), el éxito es rotundo: Massiel (Carolina Yuste) se alza como vencedora del festival cantando "La, la, la". Un triunfo cimentado en un estribillo pegadizo, una cantante carismática y una increíble sucesión de accidentes. Esta es la historia del azaroso (o no tanto) camino hasta aquella victoria.

Reparto

La canción está protagonizada por Patrick Criado (Antidisturbios, La virgen roja), Alex Brendemühl (Reina roja, Creatura), Carolina Yuste (La infiltrada, Saben aquell) y Marcel Borràs (El Inmortal, Galgos).

Completan el reparto de la serie Mariano Peña, que interpreta a Lasso de la Vega; el ganador del Goya Carlos Santos en el papel de Balmaseda, el jefe de Esteban; Laia Manzanares, que da vida a la pareja de Esteban, una farmacéutica que trabaja como asistente de laboratorio en la universidad y es fan de Eurovisión; Carlos González como Rafael Ibarbia; Eneko Sagardoy, que interpreta al fotógrafo Carlos; Xose A. Touriñán, que se pone en la piel de Manuel Fraga y Luis G. Gámez que interpreta a Francisco Franco. Además, Chloe Berman encarna a la presentadora Katie Boyle y Garmon Rhys al cantante Cliff Richard.

Fecha de estreno

La serie estará disponible en Movistar Plus + desde el 8 de mayo.



Carolina Yuste se pone en la piel de Massiel en su nueva película

MOVISTAR PLUS +Vídeo

Actualizado Martes, 4 marzo 2025 - 14:11

La actriz de moda Carolina Yuste interpreta a la popular cantante Massiel, ganadora de Eurovisión en el año 1968. El filme recrea su vida y el importante acontecimiento musical, que encumbró a España en el festival más famoso de la época.

La nueva ficción de la plataforma Movistar Plus+ estará disponible el próximo 8 de mayo.

Movistar Plus+ saca a la luz el primer teaser de "La canción", la serie sobre el triunfo de Massiel en Eurovisión

Carolina Yuste y Patrick Criado encabezan el reparto de este proyecto que verá la luz el próximo 8 de mayo



Carolina Yuste como Massiel en "La canción" Movistar Plus+

Enrique Castilla Creada: 04.03.2025

Movistar Plus+ ha lanzado el primer adelanto de "La canción", su nueva miniserie que narra la historia del primer triunfo de España en Eurovisión con "La, la, la". Carolina Yuste, ganadora de un Goya, da vida a Massiel en esta producción que se estrenará el próximo 8 de mayo, en plena semana previa a la 69ª edición del Festival de Eurovisión, que se celebrará en Basilea, Suiza.

El teaser, de apenas 30 segundos, muestra a la actriz extremeña caracterizada como la icónica cantante durante su actuación en la final de Eurovisión 1968, celebrada en el Royal Albert Hall de Londres. Vestida con el emblemático diseño de margaritas de Courrèges, Yuste recrea uno de los momentos más importantes de la historia de la televisión española. "La canción" no solo relatará la victoria de Massiel, sino que explorará el complejo entramado político, televisivo y social que rodeó la participación de España en Eurovisión. La trama sigue a Esteban Guerra (interpretado por Patrick Criado), un joven ejecutivo de RTVE que recibe el encargo de conseguir que España gane el festival. Para ello, se une a Artur Kaps (Álex Brendemühl) en la llamada 'Operación Eurovisión', con la misión de encontrar la canción y el intérprete que proyecten una imagen de modernidad en Europa, acorde a los intereses del régimen franquista. Asimismo, la miniserie de Movistar Plus+ abordará la polémica en torno a Joan Manuel Serrat, quien inicialmente iba a

interpretar "La, la, la", pero fue sustituido por Massiel tras su negativa a cantar en castellano.

Un reparto de lujo y un equipo de prestigio

Junto a Carolina Yuste y Patrick Criado, el elenco lo completan actores de renombre como Marcel Borràs, Mariano Peña, Carlos Santos, Laia Manzanares, Eneko Sagardoy y Xose A. Touriñán, entre otros. La serie ha sido creada por Pepe Coira y Fran Araújo, responsables de "Rapa" e "Hierro", y está dirigida por Alejandro Marín ("Te estoy amando locamente"), nominado al Goya. Movistar Plus+ ha apostado por una cuidada recreación histórica, tanto en el vestuario como en la ambientación, para transportar al espectador a la España de finales de los años 60, una época marcada por el deseo de apertura al exterior y las restricciones impuestas por la dictadura.



El lanzamiento de la serie coincide con el regreso de España a Eurovisión 2025 con Melody y su canción "Esa Diva", así como con un momento delicado en la vida de la propia Massiel. La cantante, que a sus 77 años anunció recientemente que padece cáncer de pulmón, ha estado alejada de la vida pública y ha confesado en una entrevista sentirse "viva de milagro". "La canción" se presenta como un homenaje a la artista y a un hito que marcó la historia de la música en España.



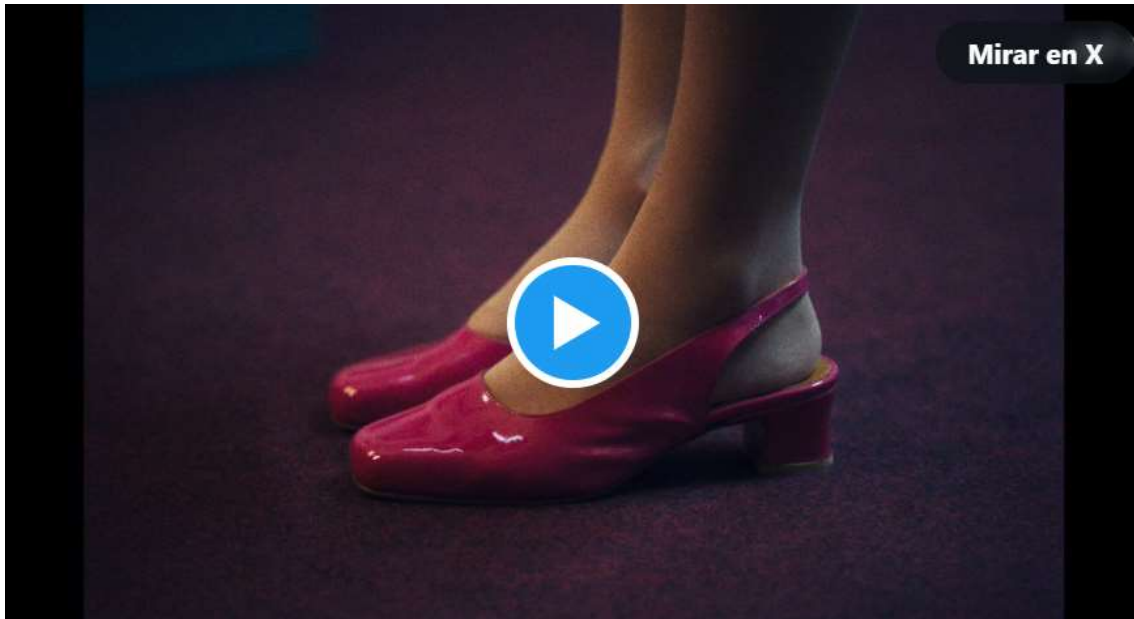
Todo TV

Primera tráiler de 'La Canción', la serie de Movistar Plus+ sobre el triunfo de España en Eurovisión

Aumenta la expectación por 'La Canción': primeras imágenes de la nueva serie de Movistar Plus+

Sergio Soriano 04/03/2025

"Una orden clara llega desde arriba: España tiene que ganar el Festival de Eurovisión". Así se presenta La Canción, serie original de Movistar Plus+ que aborda el triunfo de nuestro país en el certamen europeo de la canción. Tiempo después de que se anunciase su producción, la plataforma ha dado a conocer el primer tráiler de esta ficción. Carolina Yuste, quien da vida a la joven Massiel de 1968, se convierte en la principal protagonista.



Con un paneo que comienza enfocando el calzado de la intérprete, *La Canción* se presenta como un producto cuidado al milímetro. Mientras la cámara asciende, en pantalla se puede ver una sucesión de imágenes con Patrick Criado dando vida a Esteban Guerra. También aparecen portadas de prensa donde el cantante Joan Manuel Serrat es protagonista, pero con llamas que las hacen arder.

Un viaje a la España de 1968

Movistar Plus+ propone con esta serie un recorrido por los entresijos de la máquina política y televisiva de finales de los años sesenta. La trama sigue a Esteban Guerra (Patrick Criado), un joven ejecutivo de Radiotelevisión Española (RTVE) que recibe una misiva directa: es imprescindible que España gane Eurovisión. Decidido a cumplir con su cometido, busca la ayuda de Artur Kaps (Alex Brendemühl), el creativo detrás de los grandes espectáculos televisivos del momento. Juntos, diseñan la Operación Eurovisión, un plan meticuloso para elegir la canción y el artista que mejor representen la modernidad que el régimen quiere proyectar.

Elenco y rodaje de *La Canción*

La serie cuenta con un reparto encabezado por Patrick Criado (*Antidisturbios*), Alex Brendemühl (*Reina Roja*), Carolina Yuste (*Saben aquello*) y Marcel Borràs (*El Inmortal*). A ellos se suman nombres como Mariano Peña (*Aída*), Carlos Santos (*El hombre de las mil caras*), Laia Manzanares (*Merlí*), Eneko Sagardoy (*Handia*), Xose A. Touriñán (*Fariña*), Luis G. Gámez y Chloe Berman, quien interpreta a la presentadora Katie Boyle.

El rodaje de La Canción se ha llevado a cabo en diversas localizaciones de Madrid, recreando fielmente los antiguos estudios de RTVE en Prado del Rey y otros escenarios icónicos de la época. Además, el equipo ha viajado a Londres y París para mostrar con la mayor autenticidad posible el contexto histórico y el impacto internacional de la victoria de Massiel.

Ficha técnica

La serie, estructurada en tres episodios de 50 minutos, se centra en la música y la estrategia para conquistar Eurovisión, además del contexto político y social de la época. Con un guion firmado por Pepe Coira y Fran Araújo, y la dirección de Alejandro Marín, la ficción explora las presiones del poder, la lucha de los artistas por su independencia y las circunstancias que convirtieron aquella edición de Eurovisión en un evento histórico. Movistar Plus+ prevé el estreno de La Canción para la jornada del 8 de mayo.



TELEVISIÓN

Movistar Plus+ lanza el primer teaser de 'La canción', la serie de la victoria de Massiel en Eurovisión

La actriz Carolina Yuste recrea la icónica actuación de la artista en el Festival en el primer avance de la serie.

Laura Ortiz Actualizado a 04 de marzo de 2025, 16:05



Movistar Plus+ acaba de lanzar el primer teaser de 'La Canción', la serie que contará la victoria de Massiel en Eurovisión 1968. La ficción, en la que se coló SEMANA durante la grabación de la misma, está protagonizada por Carolina Yuste y Patrick Criado. En este adelanto se puede ver un primer vistazo de la actriz extremeña caracterizada de la artista. Vea el vídeo.



► 1 March, 2025

MODA ESPAÑOLA

5' CON ALICIA ARMENTEROS

La actriz gallega (Pontevedra, 1996) interpreta a la reina Luisa en *La vida breve*, una comedia muy 'borbónica' que puedes ver ya en Movistar Plus+.

1. LOCURA "No tenía ni idea de la existencia de Luisa, esposa de Luis I y nuera de Felipe V. Hay varias teorías acerca de su salud mental y creo que muy bien de la cabeza no estaba, pero debemos tener en cuenta lo joven que era cuando la casaron. Hacía cosas como pasearse en camión por los jardines que en aquella época parecían muy atrevidas. Los libros le adjudican un trastorno de personalidad, aunque no sé si era tan fuerte como lo pintan."

2. MODA Y MÁS "En una serie de época te pasas mucho tiempo en maquillaje y vestuario, pero es un trabajo que te ayuda a meterte en el personaje. Entraba en palacio con esos vestidos y esas pelucas y ya era Luisa. Te daban una energía que en mi día a día no tengo, porque yo suelo ir muy cómoda, en leggings o con vaqueros y el pelo recogido. Mi madre siempre me dice que me lo suelte y no le hago caso; solo cuando tengo algo especial".

3. INQUIETUDES "Estudio Comunicación en la UOC (Universitat Oberta de Catalunya). Es una carrera que mezcla marketing, publicidad y comunicación audiovisual. La voy sacando, pero muy lentamente."

4. EN LA INTIMIDAD "Me preocupa que todos mis hobbies estén relacionados con mi vida artística. Me gusta la música, el cine, la moda... Estar con mis amigas me da mucha paz. Y escaparme a la naturaleza."

5. MÁS CINE, POR FAVOR "Siempre había tenido el sueño de rodar una serie de época y lo he cumplido. Ahora digo que me encantaría hacer un *thriller*. Soy una friki del terror psicológico, de *Cisne negro*, *Inocencia interrumpida*... Ahora mismo estoy obsesionada con la película *La sustancia*. El *body horror* que a la gente le espanta, a mí me chifla." ■

Vestido mini hecho a mano, de la colección primavera-verano de Avec Amour (avec---amour.com). Anillo mariposa, de Alex Sobrón (alexsobron.com), y pendientes de hojas y espejos en metal dorado, de Bimba y Lola; (bimbaylola.com).

TEXTO: CHUS SALIDO / FOTOGRAFÍA: DANNIEL ROJAS / REALIZACIÓN: PILUCA VALVERDE / MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA: PÁRIA VERANO (ONE-OFF ARTISTS MANAGEMENT). ASISTENTE DE REALIZACIÓN: MIKEL ANDRÉS / ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: JAVI BLANCO.

'La vida breve' y la tumba vandalizada de la irreverente Luisa Isabel de Orleans

Cultura Ricardo Mateos NOTICIA 28.02.2025 - 13:17h

Su tumba yace completamente olvidada y abandonada en la iglesia parisina de Saint Sulpice.



La exitosa serie de televisión *La vida breve*, divertida y enjundiosa en su clave de esperpento sobre el escenario de fondo de los reales sitios, ha rescatado para el gran público la desconocida vida del rey más efímero de la historia de España, Luis I, y de su singular e irreverente esposa la princesa francesa Luisa Isabel de Orleans.

La única de las reinas de España cuyos restos no descansan en nuestro país, pues su tumba yace completamente olvidada y abandonada en la iglesia parisina de Saint Sulpice, en el corazón del Barrio Latino, donde ni los sacerdotes consultados saben apenas de su existencia.

Triste final para una princesa francesa nacida en la licenciosa corte de Versalles, desde la que su padre, el duque Luis Felipe de Orleans, gobernó Francia como regente durante la minoría del rey niño Luis XV. Un gran príncipe cuyo chef era Monsieur Bechamel, que se refería a su esposa como 'Madame Lucifer' y a quien se llegó a acusar de incesto con alguna de sus propias hijas.



Tumba de Luisa Isabel de Orleans.CEDIDA

Nada extraño, pues Luisa Isabel no tuvo nombre propio ni fue bautizada hasta poco antes de su compromiso con el príncipe de Asturias, siendo hasta entonces conocida como Mademoiselle de Montpensier. Creció inculta, pobremente educada en la abadía de Saint Paul de Beauvais y nada inclinada a seguir los preceptos que habían de guiar la conducta de una princesa.

Hasta su propia abuela, la ácida, pero realista princesa Palatina, decía de ella que era "buena chica, pero fea y desagradable". "Es muy seria, no se ríe nunca y habla muy poco". Sin embargo, corrían los tiempos de los Pactos de Familia entre los Borbones de Francia y España, Felipe V buscaba consorte para su primogénito, el príncipe Luis, y el regente francés buscaba novia para Luis XV.

Fue así como, siguiendo los dictados de la necesidad estratégica, el rey y el regente decidieron orquestar las dobles bodas de sus respectivas hijas con el Luis XV y con el príncipe de Asturias. En enero de 1722 tuvo lugar la "troca de princesas" en la isla de los Faisanes: la infantita María Ana Victoria, de 3 años y medio e hija del rey de España, marchaba a Francia y Luisa Isabel de Orleans, de 12, entraba en España para convertirse en Princesa de Asturias. Días más tarde, ella y Luis se casaban en el palacio burgalés del duque de Lerma, aunque su ayo le obligó a él a abandonar el lecho conyugal tras la ceremonia.



Retrato de Luis I de España. WIKIMEDIA

La "mosca española", como aquella abuela moteaba a Luisa Isabel, fue acogida con frialdad en Madrid, especialmente por parte de la reina Isabel de Farnesio, madrastra de su esposo, y pronto comenzó a dar claras muestras de la conducta más inapropiada que escandalizó a toda la corte. Caminar desnuda o semidesnuda por jardines, salones y corredores, fregar los cristales de las estancias, decir cosas impropias, ocultar comida de los banquetes para tomarla a escondidas, negarse a usar ropa interior, no asearse o animar a sus damas a tomar parte en juegos contra natura.

Su desarreglo, como decía su esposo, iba en aumento y de nada sirvió que un año después, en febrero de 1723, llegase a Madrid su hermana Felipa, conocida como Mademoiselle de Beaujolais y más guapa y divertida que ella, para hacerle compañía como prometida en matrimonio con el infante don Carlos. De ahí que Luisa Isabel, que ya comenzaba a olvidar hasta su francés natal y tenía una escritura y una ortografía espantosas, fuese enviada por su esposo a un convento por unos meses y fuese sometida a encierros ocasionales de varios días en sus propias estancias.

En enero de 1724 su suegro Felipe V abdicó la corona, pues no descartaba convertirse en rey de Francia caso de fallecer Luis XV, y Luisa Isabel se convirtió en reina con tan solo 14 años y una más que evidente incapacidad para officiar de soberana.

Pero quiso el destino que, tras tan solo unos meses en el trono, Luis I contrajese unas viruelas, complicadas con una neumonía, que en siete meses le llevaron a la tumba. Hasta su fallecimiento, en agosto de ese año, Luisa Isabel le atendió y le cuidó con auténtica abnegación, llegando a contagiarse de una especie menos virulenta de ese mismo mal y quedando viuda antes de los 15 años.

Personaje incómodo para la familia real, se habló de casarla con su cuñado Fernando, el nuevo príncipe de Asturias. Sin embargo, en 1725 el duque de Borbón, nuevo gobernante de Francia, dio un cambio a su política y decidió devolver a Madrid a la infantita María Ana Victoria porque no quería esperar a que fuera núbil para casarla con Luis XV, a quien cabía desposar rápido por tener una fuerte inclinación por la masturbación. Aquel acto enfureció a Isabel de Farnesio, factótum del reinado de su esposo, que despachó a Francia a la ordinaria Luisa Isabel y a su hermana Felipa, todavía sin casar con don Carlos, llegando ambas a París el 23 de mayo de aquel año.

Una vez en Francia, y con su padre ya difunto, Luis XV no se tomó el menor interés por ellas y la reina viuda de España se instaló por el momento en el castillo de Vincennes, desde el que en diciembre de 1726 pasó al palacio de Luxemburgo.

Olvidada de todos, hacia 1727 vivía en el convento del Carmelo de la parisina rue de Grenelle y en 1733 regresó a Luxemburgo, donde vivió en la mayor opacidad hasta su muerte, acaecida el 16 de junio de 1742. Fue enterrada en la cercana iglesia de Saint Sulpice, en un nicho especial junto al pilar del Evangelio y el lugar fue marcado con una placa que, por deseo propio, rezaba: "Cy gît la reine douarière d'Espagne" ("Aquí yace la reina viuda de España").

Nadie en Madrid pensó en reclamar sus restos para ser enterrados, como hubiera sido de rigor, en el Panteón de infantes de El Escorial y, cuando décadas después, los revolucionarios saquearon la iglesia, su tumba fue profanada, destruida y, según el conde de Pimodan, "su polvo fue esparcido".

Relegada al olvido más cruel, ni los turistas reparan en los escasos restos escritos que, sobre un paredón descuidado, todavía marcan el lugar de entierro de esta desafortunada reina de España que pasó sin pena ni gloria.



UNA DE CINE

Carlos Scholz: "Con mi papel del rey Luis I en 'La vida breve' me lo he pasado muy bien, ha sido divertidísimo"

Más noticias destacadas en la web de "Una de cine" y el programa completo en la plataforma CanalSur Más.

Canal Sur Media 5 marzo 2025

Carlos Scholz, el joven actor malagueño da vida al Rey Luis I de España, en la serie "La vida breve". Es una divertida comedia con tintes dramáticos que retrata los seis meses de reinado de Luis I, el primer Borbón nacido en España, que tuvo que reinar tras abdicar su padre Felipe V, el primer Borbón, por un problema de salud mental.

El actor nos habla de cómo ha sido el rodaje de esta serie donde asegura que se ha divertido muchísimo. "Es una comida diferente y no se ha visto nada parecido. Tiene un humor especial pero también una parte dramática con mezcla de emociones. Con personajes con profundidad, es una serie completa, te da que pensar y te dan ganas de profundizar y aprender más de ellos" nos cuenta.

El actor añade que ha tenido mucha complicidad con Alicia Armenteros "desde el mismo día del casting compartíamos en el mismo sentido del humor y somos los dos muy dicharacheros y eso ha venido muy bien para los personajes y la serie. Hemos tenido mucha conexión y me ha ayudado mucho a conseguir muchas cosas del personaje que sin ella no lo hubiera conseguido".

Carlos se metió en el papel asegura documentándose y con reuniones con el historiador de la serie. "La serie está muy bien escrita gracias a los guionistas pero yo me metí en museos, busqué libros porque yo quería llegar al detalle y hacer una interpretación completa pero también quise acercarlo a un joven hoy en día y la gente conectara con él", explica.

También charlamos con él de "Vírgenes" la producción andaluza que se estrenará en el Festival de Cine de Málaga, y que cuenta las aventuras de unos jóvenes que llegan al Torremolinos del tardofranquismo para perder la virginidad.

Sobre esta película Carlos cuenta que hay que verla porque les pasa de todo a los 3 jóvenes de los años 70 que deciden ir a la Costa del Sol a perder la virginidad.

¡No te pierdas esta entrevista!



Canal Sur TV | Martes, 00:40 h.

El joven actor malagueño Carlos Scholz es el invitado de la semana en "Una de Cine"

El espacio de cine de Canal Sur TV cuenta también con la presencia del productor y director granadino José Sánchez Montes, que acaba de estrenar "Zambra", un documental sobre la vida de los gitanos del barrio de Sacromonte.

Comunicación RTVA 4 marzo 2025

"Una de cine" entrevista a Carlos Scholz, el joven actor malagueño que da vida al Rey Luis I de España, en la serie "La vida breve". Es una divertida comedia con tintes dramáticos que retrata los seis meses de reinado de Luis I, el primer Borbón nacido en España, que tuvo que reinar tras abdicar su padre Felipe V, el primer Borbón, por un problema de salud mental. El invitado hablará de otro proyecto, "Vírgenes", la producción andaluza que se estrenará en el Festival de Cine de Málaga, y que cuenta las aventuras de unos jóvenes que llegan al Torremolinos del tardofranquismo para perder la virginidad.

El espacio de cine de Canal Sur incluye también una entrevista al productor y director granadino José Sánchez Montes, que acaba de presentar en cines su último trabajo "Zambra", un documental sobre la vida de los gitanos del barrio de Sacromonte que a través de su cante y su baile, como es el caso de la zambra, perpetúan su arte y mantienen su

identidad. Con Sánchez Montes hablaremos de otros de sus trabajos como el exitoso "Omega", el disco de Enrique Morente que realizó junto a los rockeros de Lagartija Nicks y que supuso una revolución en el panorama musical.

Para finalizar, "Una de cine" hará un repaso de los últimos estrenos en cines, especialmente de la exitosa película brasileña "Aún estoy Aquí", premiada en los Goyas y los Óscars. También se incluirá una charla con Maria José Carrasco, protagonista, guionista, y productora de "Guayaba Luna", corto realizado íntegramente en Ronda, que se emitirá como cierre del programa.

Fecha de emisión: martes 4 de marzo, a partir de las 00:40 horas, en Canal Sur Televisión.

MUSEO DEL PRADO



museoprado y movistarplus
Audio original

Ver perfil



[Ver más en Instagram](#)



10.320 Me gusta

museoprado



INSTAGRAM

El reinado breve de Luis I y Luisa Isabel de Orleans, con Leonor Watling, Alicia Armenteros y Carlos Scholz

Jueves, 27 de febrero de 2025

Vídeo en directo desde el Gabinete de descanso de Sus Majestades con Leonor Watling, Alicia Armenteros y Carlos Scholz, protagonistas de la serie #LaVidaBreve de @movistarplus, ambientada durante el breve reinado en 1724 de Luis I, hijo de Felipe V e hijastro de Isabel de Farnesio.

Podéis ver “La familia de Felipe V” de Louis-Michel van Loo y el retrato de “Luis I, príncipe de Asturias” de Michel-Ange Houasse en la sala 39 del #MuseodelPrado

PASEANDO A *Miss Cultura*

Arranca el rodaje de 'Yo siempre a veces', una serie original Movistar Plus+ creada por Marta Bassols y Marta Loza

04 mar 25



'Yo siempre a veces', la serie original Movistar Plus+ creada por Marta Bassols y Marta Loza y producida en colaboración con Suma Content por Javier Calvo y Javier Ambrossi, ha comenzado su rodaje este mes de febrero de 2025.

La ficción, dirigida por Claudia Costafreda, Ginesta Guindal y Marta Loza, cuenta la historia de una madre soltera por accidente que tiene dificultades para salir adelante en Barcelona. El rodaje tendrá lugar en diversas localizaciones de Barcelona y Berlín (Alemania).

Sinopsis

Laura (Ana Boga) se quedó embarazada solo dos meses después de conocer a Rubén (David Menéndez), estando muy ciega de amor y de droga. Cinco meses después de que naciera su hijo, Mario, ya se estaban separando y no precisamente de buen rollo. Un libro expedido en el registro civil dice que son una familia; sin embargo, Laura se hace cargo casi sola del niño. Lo hace con amor inmenso, fe, chispa y alegría, aunque a veces no tenga más ideas o herramientas para hacerse cargo de sí misma.

Reparto

'Yo siempre a veces' está protagonizada por Ana Boga y David Menéndez ('Antidisturbios', 'Creatura').

Completan el reparto de la serie Paco Tous ('Los hombres de Paco', 'La casa de papel'), Belén Ponce de León ('La chica de la nieve', 'Días mejores'), Marta Bassols ('La Mesías', 'Mamántula'), María de Medeiros ('Pulp Fiction', 'Capitanes de abril') y Diane Guerrero ('Orange Is The New Black', 'Jane The Virgin').

Declaraciones de las creadoras y los productores

Marta Loza: "'Yo siempre a veces' nace con la voluntad de crear un retrato íntimo y muy personal de la mujer contemporánea, ahondando en las dificultades que entraña criar en soledad. Mi abuela fue madre soltera y mi madre divorciada. Cada vez son más a mi alrededor las que lo son y muchas las que se precarizan. Para nosotras era importante contar esta historia desde una perspectiva luminosa y feminista, adentrándonos en las zonas más sombrías de Laura, la protagonista, para entender la complejidad de sus emociones. El proceso de casting fue muy especial porque buscábamos a una madre en la vida real y deseábamos que pudiera actuar con su hijo. Encontrar a Ana Boga fue un regalo, no sólo por su enorme sensibilidad interpretativa, sino porque posee un talento natural incomparable que la hace brillar con luz propia. Desde el primer momento, Javier Calvo y Javier Ambrossi entendieron el corazón de la serie y apostaron por nosotras. Somos unas privilegiadas por haber podido hacer este viaje de su mano, con tanta libertad creativa, amor e infinita paciencia".

Marta Bassols: "El proceso de escritura, creación y rodaje de 'Yo siempre a veces', como madre que cría sola, me ha llevado a rememorar los mismos abismos que atraviesa Laura. Por eso sé que, aunque tenga mucho de nosotras, esta historia es universal. Por eso sueño con que, así como existe una erótica del trabajo, podamos contribuir con la serie a inventar una erótica de los cuidados. El cine es un arte colectivo, solo sale si todas sumamos. La vida es igual, y la crianza es más saludable si a quién cuida, también le cuidamos. Gracias a Marta Loza, Javier Calvo y Javier Ambrossi por darme la mano que me agarró fuerte a esta ficción, a pesar de venir hasta ella, con mis tiempos maternalizados. Tenemos el corazón salvaje y luchamos por todo lo que amamos".

Susana Herreras y Fran Araújo, producción ejecutiva Movistar Plus+: "En Movistar Plus+ creemos que la ficción es una herramienta poderosa para reflejar la complejidad de nuestro tiempo. Consideramos un verdadero privilegio contar esas historias con el talento excepcional de las creadoras de 'Yo siempre a veces' y de Suma Content. La valentía, ternura y actitud de la protagonista impregnan la serie, con una narrativa audaz y auténtica que renueva la ficción española".

Javier Calvo y Javier Ambrossi: "Hacer series como 'Yo siempre a veces' de la mano de sus creadoras es lo que da sentido a Suma Content. Apoyar a nuevas voces es algo esencial en nuestra productora, que nació con 'Cardo'. Cuando conocimos a Marta Bassols y a Marta Loza y nos contaron su proyecto quisimos que se convirtiese en realidad. Pensamos en dos maravillosas directoras, Claudia Costafreda y Ginesta Guindal, para juntarlas. Ellas junto a otras mujeres que lideran distintos departamentos en este rodaje forman un equipo soñado".

Las claves

'Yo siempre a veces' es un retrato generacional honesto y realista sobre las dificultades para madurar en la treintena, atravesado por la precariedad y las expectativas.

Una comedia dramática sin tapujos que desromantiza la idea de que tener hijos es sinónimo de madurar.

Una historia íntima y cotidiana narrada sin paternalismo ni condescendencia.

Una serie que desmitifica la familia y la pareja perfectas como respuesta a las expectativas de una generación.

Ficha técnica

Dirección: Claudia Costafreda, Ginesta Guindal, Marta Loza

Guion: Marta Bassols, Marta Loza, Almudena Monzú

Reparto: Ana Boga, David Menéndez, Paco Tous, Belén Ponce de León, Marta Bassols, María de Medeiros y Diane Guerrero

Director de fotografía: Lali Rubio

Diseño de arte: Alfonso Mancha

Vestuario: Sara Clemente, Iria Franch

Maquillaje y peluquería: Maryjo Martínez, Ale Salvat

Formato: 6 x 30'



Nagore Aranburu da *Querer* telesailako aktore protagonista. MOVISTAR PLUS

Alauda Ruiz de Azuaren 'Querer' telesaila Lilleko Series Mania jaialdian lehiatuko da

→ Telesailen munduko jaialdirik garrantzitsuenak da Series Mania.

→ Diego San Joseren 'Celeste'-k Nazioarteko Panorama kategorian parte hartuko du.

Urtzi Urkizu

Nagore Aranburu aktoreak (Azpeitia, Gipuzkoa, 1976) kritika oso onak jaso ditu azkeneko hilabeteetan *Querer* telesailan egindako lanagatik. Alauda Ruiz de Azua zinemagilearen (Barakaldo, Bizkaia, 1978) lehen telesaila da hori, eta ia ez estreinatu

zuten, Donostiako Zinemaldian. Ondotik, sari ugari bildu ditu, hiru Forque sari eta bi Feroz sari tartean —Aranburu bera bietan saritu dute—. Bikote barruko tratu txarren eta sexu abusuen gaia lantzen du telesailak, eta Hego Euskal Herrian Movistar Plus plataforman ikus daiteke. Orain, gainera, telesailen munduko jaial-

dirik garrantzitsuenean lehiatuko da: Lilleko (Frantzia) Series Mania jaialdiko Sail Ofizialean parte hartuko du —jaialdia hilaren 21etik 28ra egingo dute—.

Beste zortzi telesailekin lehiatuko da Ruiz de Azuak sortutako fikzio lana: *Empathie* (Kanada), *Generations* (Danimarka), *Hal & Harper* (AEB), *Kaboul* (Fran-

tzia-Alemania-Italia-Belgika-Grezia), *Long Bright River* (AEB), *Mussolini: Son of the Century* (Italia-Frantzia), *The Deal* (Suitza-Frantzia-Luxenburgo-Belgika) eta *The German* (Israel-AEB).

Diego San Jose gidolariak (Irun, Gipuzkoa, 1978) sortutako *Celeste* telesaila, berriz, Nazioarteko Panorama kategorian lehiatuko da. Fikzio hori ere Movistar Plusen ikus daiteke Hego Euskal Herrian, eta Donostiako Zinemaldian estreinatu zuten. Telesail hauek izango ditu lehiakide kategorian berean: *A Life's Worth* (Suedia-Frantzia), *At the End of the Night* (Iran), *Family Matters* (Hego Korea), *Putain* (Belgika), *Raul Seixas: Let Me Sing* (Brasil), *Requiem for Selina* (Norvegia), *Reunion* (Erresuma Batua), *The Danish Woman* (Islandia-Frantzia) eta *What It Feels Like to Be a Girl* (Erresuma Batua).

Asterix eta Obelix

Lehia ez ezik, emanaldi eta estreinaldi bereziak ere izango dituzte Lillen. Jaialdiari hasiera emateko galan, Apple TV Plus plataformako *Carême* telesaila estreinatuko dute. Amaierako ekitaldian, berriz, *High Intellectual Potential* telesailaren (TF1) bosgarren denboraldia aurkeztuko dute.

Aurrestreinaldirik berezieneakoa, bestalde, *Asterix et Obelix: le combat des chefs* animaziozko telesailarena izango da. Netflix plataformak apirilaren 30ean estreinatuko du telesail hori. Alain Chabatek sortu du, eta Lillen izango da hura aurkeztzen.

Beste emanaldi berezi batzuk ere egingo dituzte Lillen: *Ghosts: Fantômes en héritage* (Disney Plus-TF1), *Los años nuevos* (Movistar Plus), *Menace imminente* (TF1), *Parlement* telesailaren laugarren denboraldia (France Télévisions), eta *Fighter* (Norvegiako TV2 katea). ●

Los primeros detalles de la película documental sobre Antonio Flores

CAROLINA MADROÑAL MACHERO

Foto: EuropaPress

DOMINGO 2 DE MARZO DE 2025

3 MINUTOS

Estará protagonizado por su hija y cuenta con el apoyo de toda la familia



Comienza el rodaje de la película documental que homenajea la figura del músico y compositor Antonio Flores.

Su protagonista no es nadie menos que su hija Alba Flores, quien cuenta con la colaboración de su madre, Ana Villa, sus tías Lolita y Rosario Flores, y otras figuras como Antonio Carmona o Joaquín Sabina, entre otros, como se puede observar en las primeras imágenes del largometraje.



Movistar Plus+

@MovistarPlus · Seguir



Alba siempre fue la flor que Antonio Flores quiso en su jardín. 🌸

Ahora, ella se lo devuelve con #FloresParaAntonio, un documental que llega próximamente a cines y a Movistar Plus+.



11:07 a. m. · 20 feb. 2025



27



Responder



Copia enlace

Leer 1 respuesta

Una catarsis colectiva y familiar

Este nuevo proyecto está dirigido por Lacuesta, ganador del Goya a mejor director por "Segundo Premio" y Molina.

Ambos han utilizado distintos vídeos caseros, fotos, grabaciones, dibujos, imágenes de archivo y la propia música del cantante para repasar algunos de los momentos más importantes de la vida íntima de Antonio Flores.

Lacuesta describe este proyecto como una carta de amor de Alba a su padre, ya que ha inspirado distintas conversaciones y sentimientos que hasta ahora no se habían dado entre los miembros de la familia Flores.

Molina afirma que "a medida que la película cobra vida, se transforma en una catarsis colectiva en la que, acompañada de sus seres más queridos, las canciones y el legado de Antonio transitan entre lo más íntimo y lo más público, para celebrar y reconciliarnos con lo más esencial y universal: como solo a través del amor se puede sanar el vacío."

La actriz Alba Flores, conocida por su actuación en *La Casa de Papel* y *Vis a Vis*, ha agradecido públicamente el esfuerzo de todas las personas involucradas en este proyecto. "Me siento muy agradecida con cada una de ellas y también muy agradecida con mi padre, no solo por el legado artístico familiar, sino también porque su figura nos ha inspirado en la empatía, la amistad y la celebración de la vida."

La película se estrenará primero en las salas de cine, distribuida por A Contracorriente Films, y posteriormente llegará en exclusiva a Movistar Plus.



CORAZÓN

Descubrimos la nueva casa en el centro de Vicky Martín Berrocal: minimalista y de estilo industrial

La diseñadora se ha mudado a una de las zonas más privilegiadas de Madrid. Así es su nueva casa.

Laura G Vara Actualizado a 04 de marzo de 2025, 20:42



Vicky Martín Berrocal está disfrutando de un gran momento profesional. La diseñadora sigue triunfando con su pódcast 'A solas con' en el que ha entrevistado a rostros tan conocidos como Victoria Federica de Marichalar, Eva Longoria o Karla Sofía Gascón. Además, está trabajando en su documental 'Las Berrocal'. Este nuevo formato de Movistar+ sigue el estilo de la serie 'Las Kardashian' en la que las cuatro mujeres de la familia abren las puertas de su vida a los espectadores, mostrando ante las cámaras su faceta más desconocida.

Vicky Martín Berrocal no puede estar más emocionada con este proyecto. "Juntar a las mujeres de mi vida y hacer un proyecto en común es algo que nunca hubiese pensado", explicaba la diseñadora en un comunicado, ilusionada por trabajar con su madre, su hermana y su hija. Entre ellas existe una gran relación y forman un equipo sorprendente.

Esta faceta comunicativa de la empresaria, la combina con su trabajo en las redes sociales, donde cuenta con más de un millón de seguidores, y con el trabajo en sus tiendas y colecciones. Entre tanto proyecto, ha reformado su nueva casa, mudándose a uno de los enclaves privilegiados de la capital española. Vicky Martín Berrocal se decantó por una vivienda en un barrio residencial en el centro de Madrid. A finales del año pasado adquirió una vivienda con el fin de hacer una reforma integral en el espacio y adaptarla a sus gustos y necesidades.



Esta mudanza es la tercera que realiza la diseñadora en los últimos cinco años. En 2020 se trasladó de la casa de El Viso a Lisboa junto a su pareja João Viegas Soares. Tan solo dos años más tarde, regresó a Madrid y se instaló en una de las zonas más exclusivas de la capital. Tras pasar tres años en las inmediaciones del Retiro, ha decidido irse a una zona más tranquila. Para ello ha adquirido una impresionante casa que ha reformado durante meses para hacer de ella un espacio único.

Así es la nueva casa de Vicky Martín Berrocal

La nueva casa de Vicky Martín Berrocal cuenta con todo lujo de detalles. Antes de finalizar la reforma, Vanitatis informó de que contaría "con una cocina moderna y bien equipada (como ex participante de 'MasterChef', es lo de menos), mucha luz y su sello personal". La diseñadora lo ha cumplido a la perfección y en sus redes sociales ha mostrado cómo ha sido el resultado de su reforma.

Su casa ha sido mostrada en las redes sociales, donde hemos podido conocer los detalles de su impresionante vivienda. Vicky Martín Berrocal ha seleccionado un estilo industrial y minimalista, dando protagonismo a la luz en cada una de las estancias. La casa es espaciosa y diseñada con cariño para aprovechar cada uno de los rincones y dotar de funcionalidad a cada punto.



En las redes sociales de Vicky Martín Berrocal podemos observar que la casa cuenta con un amplio vestidor y armarios empotrados de estilo industrial siguiendo los tonos del resto de la habitación. El gris y el blanco son los grandes protagonistas de la vivienda. "Nada como la paz que se respira en la casa de uno", expresaba en su perfil público de Instagram, dando a conocer la nueva casa en la que ya está instalada.

Espaciosa y de estilo industrial: así es la nueva vivienda de Vicky Martín Berrocal

Nada más entrar en la casa, la vivienda cuenta con un amplio espacio minimalista. Junto a la puerta hay varios armarios que dan paso a un impresionante salón. La iluminación es la gran protagonista de la estancia, la cual es ideal para reuniones familiares. El salón cuenta con tres sofás, colocados favoreciendo la comunicación entre los presentes. En el centro no hay mesa, facilitando el tránsito, dando una mayor amplitud visual y permitiendo que el espacio sea versátil.



En esta zona, la diseñadora muestra sus looks, sorprendiendo con curiosos vídeos en los que juega con el espacio. Para la empresaria la ropa es una parte fundamental en su contenido en redes sociales, por lo que para ella es importante contar con un espacio para realizar sus reels.

Además, es fundamental tener un lugar en el que almacenar todas sus prendas, por lo que la vivienda cuenta con un amplio vestidor en el que Vicky Martín Berrocal guarda sus pequeños tesoros. La empresaria también utiliza su tocador para grabar contenido, dándonos algunas pistas sobre cómo es su nueva casa.

REPORTAJES

Cine español para el 2025: Thriller

marzo 3, 2025 por Admini

Tras nuestros repastos a las series y las comedias españolas, le toca el turno al thriller. Este es uno de los géneros de mayor calado entre el público. Sin ir más lejos, ahí está el éxito de *La infiltrada* el año pasado. Esperemos que se vuelva a apostar por este género, y en sala de cine, porque tres de los más importantes del año son para plataformas de streaming. *Por Carlos Aguilar Sambricio*



‘Los tigres’ (Foto: Julio Vergne)

El año ha empezado con el estreno de *Mikaela*, el nuevo thriller de acción de Daniel Calparsoro, que ha sido el primer título español en superar el millón de euros en taquilla. Antonio Resines encabeza el reparto de este largometraje sobre un atraco que sucede durante un gran atasco en la autopista, provocado por una gran tormenta de nieve. Distribuida por Disney, es una producción de Atresmedia Cine junto a La Terraza Films, Atlantia Media, Ikiru Films y AP6 La Película AIE.

Uno de los maestros del thriller en España es Alberto Rodríguez, que tiene nuevo film para este año: **Los tigres**. Este original de Movistar con producción Kowalski Films, Feelgood Media, Mazagón Films AIE y la compañía francesa Le Pacte está protagonizada por Antonio de la Torre y Bárbara Lennie. Disney llevará a salas la historia de dos hermanos vinculados al mar. Él, trabajando como buzo industrial, y ella, estudiando el fondo marino y asistiendo a su hermano. Pese a jugarse la vida todos los días, su situación económica es delicada. Una situación que puede cambiar cuando se encuentran con un alijo de cocaína escondido en un carguero.

No son buenos tiempos para el thriller puro y duro en salas de cine. Tres de los títulos más potentes para 2025 son de plataformas. Uno es **Zeta** de Dani de la Torre, que se estrenará en exclusiva en Amazon Prime Video. Producida por Fonte Films y con Mario Casas de protagonista, el guion está escrito por Oriol Paulo, Jordi Vallejó y el propio Dani de la Torre. Cuatro ex-oficiales de inteligencia españoles son asesinados al mismo tiempo en distintas embajadas del mundo. El CNI descubre que todos participaron hace 35 años en la oculta Operación Ciénaga, que ocurrió en Colombia.



Netflix tiene dos balas importantes. Una de ellas, muy similar a *La infiltrada*, es haber apostado por el regreso al largometraje de Agustín Díaz Yanes con *Un fantasma en la batalla*, una producción de J.A.Bayona, Sandra Hermida y Belén Atienza. Inspirada en experiencias reales de miembros de la Guardia Civil durante la lucha contra ETA en los años 90, la trama sigue los pasos de una joven agente encubierta, Amaia, interpretada por Susana Abaitua, quien se infiltra en la organización terrorista en el sur de Francia para localizar sus depósitos de armas y explosivos.

Por otro lado, David Victori nos proporcionará *Cortafuego*, una producción de Espotlight Media con Joaquín Furriel, Belén Cuesta, Enric Auquer y Diana Gómez. Cuenta la historia de una familia que va a su casa de verano en el bosque para prepararla para la venta pero se convierte en una pesadilla cuando la hija desaparece justo cuando se declara un incendio forestal en la zona.

Muy singular pero gratificante es encontrar una propuesta como *Ídolos* de Mat Whitecross, una película de acción que narra las dificultades de un joven piloto para llegar a Moto GP y con Óscar Casas, Claudio Santamaría, Ana Mena y Enrique Arce en el reparto principal. La historia parte de una idea de Jordi Gasull y el guion lo firman Inma Cánovas, Jordi Gasull y Ricky Roxburgh. Producen 4 Cats Pictures, Warner Bros. España e Italia, Mogambo, Anangu Grup y Greenboo.



Juanma Bajo Ulloa en el rodaje de 'El mal'

El *outsider* Juanma Bajo Ulloa debería estrenar en 2025 su thriller psicológico ***El mal***, una producción con su propia empresa, Frágil Zinema y protagonizada por una joven actriz, María Schwinning. La cinta trata sobre la necesidad del ser humano de obtener reconocimiento, y su incapacidad para aceptar su lado oscuro.

Judith Colell tiene para estreno ***Frontera***, producción de Coming Soon, Diagonal y Bulletproof con distribución de Filmax. Miki Esparbé, Maria Rodríguez Soto, Asier Etxeandia, Bruna Cusí y Jordi Sánchez cuenta la historia de un grupo de personas que se arriesgan para ayudar a los judíos que escapaban de la represión nazi

Norberto López Amado (*El cuaderno de Sara*) nos entregará ***El cuento del lobo***, thriller con Daniel Grao, Lucía Jiménez, Paco Tous y María Romanillos que se basa en la obra *Duda razonable* de Borja Ortiz de Gondra. Secuoya Studios, Álamo Producciones Audiovisuales y A Contracorriente Films son los productores de este relato que reflexiona sobre la violencia machista y el compromiso social.

No sabemos si llegará a tiempo pero en 2025 podría volver Imanol Uribe con ***La sospecha de Sofía***, adaptación de la novela homónima de Paloma Sánchez-Garnica. Protagonizada por Álex González, la historia sigue a una pareja, Sofía y Daniel, cuya vida cambia cuando él recibe una carta diciéndole que su verdadera madre es otra. Madrid, París y su mayo del 68, el muro de Berlín, la Stasi y la KGB y los servicios de contraespionaje en la España tardofranquista son el telón de fondo de esta búsqueda de identidad.

Bambú Producciones es la encargada de producir para Netflix ***La viuda negra***, una nueva película basada en la historia real del conocido caso de la viuda negra de Patraix. Dirigida por Carlos Sedes, la actriz Ivana Baquero es la encargada de dar vida a María Jesús Moreno Cantó, más conocida como Maje, mientras que Tristán Ulloa se pone en la piel de Salva.

La huella del mal, la primera película rodada en Atapuerca, es un thriller en el que una excursión escolar se tuerce cuando aparece el cuerpo de una joven en el yacimiento. Se estrena en abril, tras pasar por el Festival de Málaga, y está dirigido por Manuel Ríos San Martín, que adapta su novela homónima. Está protagonizado por Blanca Suárez y Daniel Grao, con producción de La Charito Films y la alemana Nadcon.

También llamará la atención el drama romántico con toques de thriller ***El secreto del orfebre*** de Olga Osorio, que cuenta con Mario Casas y Michelle Jenner. Nostromo Pictures es la productora de esta adaptación de la novela homónima de Elia Barceló. La historia sigue a un prestigioso orfebre que, al viajar desde España a Nueva York para una exposición, pasa por su pueblo natal. Este viaje lo lleva a un reencuentro con un gran amor que marcó su vida.



‘Cortafuego’

La Isla de los Faisanes, ópera prima de Asier Urbieta, está protagonizada por Jone Laspiur y Sambou Diaby, con la colaboración especial de Itziar Ituño y Josean Bengoetxea. Es un thriller fronterizo producido por Arcadia Motion Pictures, La Tentación Producciones y Galatea Films, en asociación con La Fidèle Production de Francia, que se desenvuelve en tres idiomas: euskera, francés y castellano. Gira en torno al descubrimiento de un cadáver en la zona, alterando la vida de Laida y Sambou, una joven pareja que reside en la frontera del Bidasoa.

El año pasado ya hablamos de *La deuda*, nuevo film de Daniel Guzmán, y no creemos que en este año llegue *La fiera*, lo nuevo Salva Calvo con Mod Producciones.

Otros largometraje a tener en cuenta serán *La bala* de Carlos Iglesias, *Tierra de nadie* de Albert Pintó y *Parecido a un asesinato* de Antonio Hernández.

Los derechos televisivos del fútbol: un negocio dorado con un reparto desigual

La Premier League mantiene su hegemonía mientras LaLiga está por debajo del fútbol inglés y la Ligue 1 se desploma.

Laura García 04/3/2025 - 15:55



La Premier League mantiene su hegemonía mientras LaLiga está por debajo del fútbol inglés y la Ligue 1 se desploma. El Manchester City es el club inglés que se posiciona con más ingresos | Alamy

Las diferencias entre la Premier League y el resto de las cuatro grandes ligas europeas son notorias, pero dentro de los propios países también existen diferencias marcadas. De los 15 equipos que más facturaron por derechos televisivos, 12 pertenecen a la Premier League, mientras que solo dos son españoles – FC Barcelona y Real Madrid – y uno francés – PSG –.

En los acuerdos de venta de derechos televisivos a nivel nacional, la Premier League también lidera, con un contrato de cuatro temporadas por 2.020 millones de euros por temporada, siendo Sky y TNT (BY y Warner TV) los principales operadores. LaLiga tiene un acuerdo con Movistar y DAZN por cinco temporadas y 1.194 millones anuales, mientras la Bundesliga ha firmado con Sky y DAZN para el periodo 2025-2029 por 1.121 millones por temporada. La Serie A percibirá 900 millones anuales

gracias a su acuerdo con Sky y DAZN por cinco temporadas, y la Ligue 1 ingresará 500 millones por temporada a través de DAZN y BeIN, en un contrato de la misma duración que la liga italiana.

En total, los ingresos por derechos televisivos son: Premier League, 3.224 millones anuales y 2.029 en caso de LaLiga. En la Bundesliga los ingresos ascienden hasta 1.439 millones de euros y en la Serie A a 1.100. En última posición la Ligue 1 con 740 millones anuales.

Reparto de los derechos televisivos en España

El equipo español que más ingresos percibió por derechos de televisión fue el FC Barcelona – 162,4 millones – seguido muy de cerca por el Real Madrid, con 159,5 millones de euros. El conjunto dirigido por el Cholo Simeone aparece como el tercer club con más ingresos y acumula 117,8 millones. La diferencia entre madridistas y colchoneros es de aproximadamente 42 millones, una cifra similar a la que separa al Atlético de Madrid del Sevilla. Los de Nervión recibieron unos 45 millones menos, con unas cifras situadas en los 72,4 millones. Para cerrar el top-5 de equipos con más ingresos, aparece la Real Sociedad, 70,7 millones.

Athletic, Betis y Villarreal siguen la lista, con ingresos de entre 63 y 68 millones. El Valencia y Osasuna completan el top 10, con 59,2 millones y 50,4 millones, respectivamente. Por debajo, el resto de los clubes españoles ingresaron menos de 50 millones por derechos televisivos la pasada campaña, siendo el Almería el equipo con menores ingresos, 42,6 millones. Así, el FC Barcelona recaudó casi cuatro veces más que el conjunto andaluz.



Bundesliga y Serie A, diferencias similares a los españoles

En la Primera División alemana, el Bayern de Múnich recibió 91,7 millones de euros, seguido del Borussia Dortmund con 81,8 millones y del Bayer

Leverkusen que percibió 80,5. Para cerrar la clasificación de los cinco primeros, aparecen el Leipzig con 78,3 millones, y el Eintracht Fráncfort, con 72,7 millones. En los últimos lugares se encuentran el Heidenheim – 38,4 millones de euros –, el St. Pauli – 32,6 millones de euros – y el Holstein Kiel – se sitúa en lo 30,2 millones de euros –.

En la Serie A, teniendo en cuenta las cifras promedio de las tres últimas temporadas, 21-24, el Inter de Milán lidera con 90,8 millones de euros, seguido por el Milan con 81,8 millones y la Juventus con 81,2 millones de euros. La cuarta y quinta posición se reparten entre Nápoles, con 71,5 millones de euros, y la Roma, con 67,9 millones. El Cagliari se encuentra entre los tres últimos con ingresos de 33,9 millones, por detrás el Empoli, con 31,7 millones, y cierra la clasificación el Frosinone con 31,3 millones.

Un brecha enorme

En la Ligue 1, el PSG recibió 165,7 millones de euros, superando en 70,5 millones al Marsella – 95,2 millones de euros –. El Olympique de Lyon completa el podio con 85,3 millones. La cifra desciende hasta los 49,2 millones en el caso del Monaco y a los 46,5 millones en el Rennes. El otro extremo de la tabla, el Brest percibió 15,6 millones, el Metz un total de 9 millones y el Le Havre tan solo 5,7 millones. Así, el PSG ingresó 29 veces más que el Le Havre, el equipo con menores ingresos.

Los campeones y los colistas de las grandes ligas

La diferencia entre el equipo con más y menos ingresos de cada liga es de 131,7 millones. El Manchester City acumuló unas ganancias de 212,2 millones de euros, seguido del PSG con 165,7 millones en la Ligue 1. En tercera posición aparece el Real Madrid con unos ingresos de 159,5 millones de euros. Por debajo de la franja de los cien millones se encuentran la Serie A y la Bundesliga. El Inter con 90,8 millones supera al Bayer Leverkusen que percibió 80,5.

El Sheffield United ingresó hasta 132,3 millones de euros a pesar de terminar abajo en la tabla. En segunda posición está el Almería, que percibió casi una tercera parte, exactamente 42,6 millones. Por detrás, en tercera posición, aparece el Frosinone, perteneciente a la Serie A y con unos ingresos totales de 31,3 millones de euros. El Holstein Kiel sigue de cerca con 30,2 millones como colista de la Bundesliga. En última posición aparece el colista de la Ligue 1, Le Havre. La diferencia con la Premier League es abismal: el Sheffield United percibió hasta casi veinte veces más que los franceses, quienes cobraron 5,7 millones de euros.

5 Marzo, 2025

FÚTBOL LOS CLUBES PEQUEÑOS SE AHOGAN

Desigualdad en los derechos televisivos

El campeonato español presentó un importante desequilibrio en el reparto económico de los derechos audiovisuales en los equipos la temporada pasada



MARC GÁZQUEZ
 Barcelona

El poderío económico es uno de los factores más importantes en el mundo del fútbol. La capacidad de fichar a jugadores de primer nivel, tener las mejores infraestructuras o disfrutar de los profesionales más destacados en todos los ámbitos son algunos de los ejemplos de la capacidad de diferenciación del dinero en el deporte.

En este terreno, el dinero que ingresan los clubes por los derechos televisivos son una gran ayuda. Sin embargo, este reparto no es del todo justo y beneficia con diferencia a los equipos más fuertes de la competición. Y, en LaLiga, aún es mayor esta desigualdad.

Mirando datos de la temporada pasada en el campeonato español, FC Barcelona (162,4 M), Real Madrid (159,5 M) y Atlético de Madrid (117,8 M) son los tres clubes que más ingresos recibieron

de los derechos televisivos. Ya, muy por detrás, aparece en el cuarto lugar de la tabla el Sevilla, que percibió 72,4 millones de euros.

De esta manera, en LaLiga, el cuarto clasificado cobró 90,4 millones de euros menos que el primero.

EN LALIGA, EL CUARTO CLASIFICADO, EL SEVILLA, COBRÓ 90,4 MILLONES MENOS QUE EL PRIMERO, EL BARCELONA

EL ÚLTIMO CLASIFICADO EN LIGA, EL ALMERÍA, INGRESÓ UNA SUMA DE 119,8 MILLONES MENOS QUE LOS AZULGRANAS

Esta disparidad ya es significativa, pero todavía es más exagerada si lo comparamos con el colista en la lista de derechos televisivos. En ese caso, entre el primero (FC Barcelona) y el último (Almería) existe una diferencia de 119,8 M. Casi nada.

LALIGA, LA MÁS DESIGUAL

Si nos centramos en otras Ligas, se evidencia que LaLiga fue el campeonato con mayor desigualdad en esta faceta. En cuanto a la diferencia entre primer y cuarto equipo, España está muy por encima con 90,4 millones, mientras que en la Serie A (19,3 M), la Premier League (13,6 M) y la Bundesliga (13,4) no existe este agravio. La misma línea sigue con la diferencia entre el equipo que más cobra y el que menos. En España la diferencia entre primero y último fue de 119,8 millones de euros, si bien en la Premier (79,9 M), Bundesliga (61,5 M) y Serie A (59,5 M) fue bastante menor.

Javier Tebas, presidente de LaLiga, la competición con mayor desigualdad
 // EFE

DAZN planea invertir en los derechos de la nueva liga de la NBA en Europa

Es uno de los objetivos marcados por DANZ Basketball, la nueva sección de la plataforma que está liderada por Chus Bueno



Óscar Gutiérrez Martínez 04/03/25

DAZN ha anunciado la creación de DAZN Basketball, una nueva división enfocada en la retransmisión y promoción del baloncesto. Para liderar esta iniciativa, la plataforma ha incorporado a Chus Bueno, exvicepresidente de la NBA en Europa, Oriente Medio y África (EMEA), que cuenta con una amplia trayectoria en el sector.

Bueno ha trabajado en diferentes organizaciones relacionadas con el baloncesto, incluyendo la Federación Española de Baloncesto (FEB) y la Asociación de Baloncestistas Profesionales (ABP). Su incorporación tiene como objetivo consolidar la presencia de DAZN en este deporte y expandir su oferta de contenido.

El interés de DAZN en la nueva liga de la NBA en Europa

La NBA y la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) han mantenido conversaciones sobre la creación de una nueva liga en Europa. A diferencia de otros proyectos previos, esta competición sería independiente y

permitiría a equipos europeos competir entre sí bajo un formato diferente al de la Euroliga.

El posible lanzamiento de la liga coincide con la finalización de las licencias de los equipos de la Euroliga, lo que podría facilitar su reorganización. DAZN, que ya posee derechos de retransmisión de diversas competiciones de baloncesto en Europa y otras regiones, estudia su participación en este proyecto.

Expansión del mercado del baloncesto en Europa

La NBA ha señalado en varias ocasiones su interés en aumentar su presencia en Europa, un mercado con un creciente interés por el baloncesto. El comisionado de la NBA, Adam Silver, ha destacado el potencial económico de la región y la oportunidad de mejorar la comercialización de la liga a través de nuevos acuerdos de derechos de televisión.

DAZN ha apostado en los últimos años por la adquisición de derechos de diversas competiciones deportivas, incluyendo fútbol, boxeo, tenis y deportes de motor. Con esta nueva iniciativa, la plataforma busca ampliar su catálogo de contenido y fortalecer su relación con la NBA y la FIBA.

Ciudades y equipos candidatos a participar

La NBA está evaluando la posibilidad de incluir alrededor de 10 equipos en la liga europea. Algunas de las ciudades y clubes que han sido mencionados como posibles participantes incluyen:

- Londres: El London Lions, a pesar de sus dificultades financieras, podría ser un candidato.
- París: El Paris Basketball ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años.
- Múnich y Berlín: Alemania, campeona del mundo en baloncesto, ha visto un aumento en la popularidad del deporte.
- Madrid y Barcelona: Clubes históricos como el Real Madrid y el FC Barcelona podrían formar parte de la competición.

También se ha planteado la posibilidad de que clubes de fútbol europeos como el Manchester City o el PSG desarrollen equipos de baloncesto dentro de sus estructuras deportivas.

Posibles inversores en la liga

La NBA ha mantenido conversaciones con inversores en Estados Unidos y Oriente Medio para la financiación del proyecto. Fondos de inversión y empresarios estadounidenses han mostrado interés, mientras que en

Oriente Medio algunos fondos soberanos han explorado opciones en la industria del deporte profesional.

DAZN, que en los últimos años ha realizado importantes inversiones en derechos deportivos, podría ser uno de los actores clave en la distribución de la liga en los mercados europeos.

Calendario y posible inicio de la liga

Aunque no hay una fecha confirmada, la competición podría comenzar en la temporada 2026-27. Actualmente, se estudian diferentes modelos de formato y los acuerdos necesarios con los equipos y patrocinadores para su puesta en marcha.

Este proyecto podría modificar la estructura del baloncesto europeo, afectando a competiciones como la Euroliga y la Basketball Champions League.

Impacto en el baloncesto europeo

La nueva liga no formará parte de la NBA en Estados Unidos, sino que será una competición independiente. Sin embargo, su creación podría generar cambios en el ecosistema del baloncesto en Europa, incluyendo la reorganización de ligas nacionales y torneos internacionales.

En los últimos años, la NBA ha incrementado su presencia en Europa a través de partidos de exhibición y eventos especiales. En enero, los San Antonio Spurs e Indiana Pacers disputaron un encuentro en París, considerado un paso más en la estrategia de expansión de la liga.

DAZN y su estrategia en el baloncesto

DAZN Basketball busca unificar bajo una misma plataforma la oferta de baloncesto de la compañía, que incluye derechos de la NBA masculina y femenina, la Serie A de baloncesto (LBA), la EuroLeague, la EuroCup, la Betclic Elite (LNB) y la ACB.

La posible adquisición de los derechos de la nueva liga de la NBA en Europa reforzaría el posicionamiento de DAZN como uno de los principales operadores en la retransmisión de baloncesto a nivel internacional.

Perspectivas de futuro

Con la dirección de Chus Bueno, DAZN Basketball busca consolidarse como una referencia en la cobertura de baloncesto en Europa. La posible participación en la nueva liga de la NBA en el continente representa una oportunidad estratégica para la plataforma, que continúa su expansión en el sector deportivo.

El proyecto se encuentra en fase de desarrollo, y las decisiones que se tomen en los próximos meses serán determinantes para su implementación. Mientras tanto, DAZN sigue evaluando su papel en esta iniciativa y su impacto en el mercado del baloncesto profesional.

La AEPD impone una sanción de un millón de euros a LaLiga por uso indebido de sistemas de reconocimiento biométrico



La AEPD impone una sanción de un millón de euros a LaLiga por uso indebido de sistemas de reconocimiento biométrico Oscar J. Barroso / AFP7 / Europa Press / Europa Press

MADRID, 4 (EUROPA PRESS)

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ha impuesto una sanción de un millón de euros a LaLiga por el uso indebido de sistemas de reconocimiento biomédico en el acceso a las gradas de los estadios de fútbol.

Así consta en una resolución firmada por la exdirectora de la Agencia, Mar España, recogida por Europa Press. En el texto, la AEPD sanciona a LaLiga por una infracción del artículo 35 del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), de conformidad con el artículo 83.4 a) del RGPD, calificada como grave.

Asimismo, y "para salvaguardar el derecho fundamental de los abonados a las gradas de animación", la AEPD ordena a LaLiga que "límite temporal o definitivamente el tratamiento", con el sistema de reconocimiento biométrico para los accesos a la grada de animación de los clubes y SAD afiliados a LaLiga, en tanto no realice y supere una evaluación de impacto de protección de datos del tratamiento que sea válida".

Dicha evaluación debe examinar “la necesidad, idoneidad y proporcionalidad del tratamiento”, tener en cuenta “los riesgos para los derechos y libertades de los interesados y las medidas técnicas y organizativas de todo tipo apropiadas y garantías adecuadas para el tratamiento, o incluso si se realizara, precisara efectuar la previsión de consulta que se establece en el artículo 36 del RGPD”.

“A tal efecto, deberá trasladar a sus Asociados (Club y SAD) la suspensión definitiva del tratamiento de datos biométricos en tanto en cuanto no se ejecute y supere una EIPD que aborde el específico régimen de acceso a las gradas de animación con datos biométricos, con el contenido preceptuado en las disposiciones que lo regulan”, añade.

El caso se remonta a varias denuncias presentadas ante la Agencia en 2022 y 2023, cuando se alertaba del uso de “mecanismos de control de acceso a los estadios de fútbol basados en datos biométricos”.

LaLiga recurrirá la multa de la AEPD por estar "basada en premisas rotundamente erróneas"



LaLiga recurrirá la multa de la AEPD por estar "basada en premisas rotundamente erróneas" Christian Charisius/dpa / Europa Press

MADRID, 4 (EUROPA PRESS)

LaLiga confirmó que recurrirá ante la justicia la sanción de un millón de euros impuesta por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) por considerar que está "basada en premisas rotundamente erróneas", y dejó claro que le "resulta materialmente imposible que pueda realizar una evaluación de impacto relativa a la protección de datos en los términos que exige la ley" porque no trata "ningún dato biométrico" ni toma "decisiones" sobre ellos.

La AEPD ha impuesto esta multa por el uso indebido de sistemas de reconocimiento biométrico en el acceso a las gradas de los estadios de fútbol. Así consta en una resolución firmada por la exdirectora de la Agencia, Mar España, recogida por Europa Press, en la que la Agencia sanciona a LaLiga por una infracción del artículo 35 del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), de conformidad con el artículo 83.4 a) del RGPD, calificada como grave.

El organismo que preside Javier Tebas replicó con un comunicado a esta "supuesta infracción por no haber realizado una evaluación de impacto en protección de datos, antes de poner a disposición de los clubes sistemas de identificación biométrica" para dejar claro que es "una sanción basada en premisas rotundamente erróneas".

“LaLiga no puede ser legalmente responsable del tratamiento de los datos biométricos utilizados en las gradas de animación de los estadios, al no tratar ningún dato biométrico, no mantener ninguna relación con los aficionados de los clubes, ni tomar de decisiones sobre dichos datos, por lo que resulta materialmente imposible que pueda realizar una evaluación de impacto relativa a la protección de datos en los términos que exige la ley”, apuntó.

Para la patronal, la AEPD la sanciona “porque cuenta con una normativa interna que regula el uso de los sistemas biométricos en las gradas de animación por parte de sus clubes”, la cual fue aprobada por el Consejo Superior de Deportes (CSD), y “cuya implantación, además, ha sido exigida a los clubes, mediante la adopción de varios acuerdos, por parte de la Comisión Estatal contra la Violencia, el Racismo, la Intolerancia, la Xenofobia en el Deporte (CEVRXID), que tiene atribuidas competencias en materia de seguridad”. Por ello, LaLiga asevera que “nunca se trató de una decisión arbitraria y unilateral” por su parte.

El organismo también subraya que desde que la CEVRXID impulsó en enero de 2023 una modificación legislativa de la Ley contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte, “ha estado trabajando estrechamente con dicho órgano, el CSD y la Oficina Nacional del Deporte”.

Y de este trabajo realizado durante varias reuniones en 2023 concluyó en una “propuesta de modificación” que fue “revisada” por la AEPD y que se encuentra actualmente “en poder” del Consejo, “a fin de poder habilitar a la CEVRXID para imponer la instalación de sistemas biométricos para el control de todos los accesos a las gradas de animación”, ya que “el criterio” que defendía “reiteradamente” la Agencia “no resultaba contrario a la adopción de esta solución”, tal y como les comunicó el CSD “tras diferentes reuniones que mantuvo con la AEPD a este respecto”.

LaLiga remarca que, “desde el convencimiento de la necesidad de continuar avanzando en garantizar la seguridad de los jugadores y de los aficionados” que acudan a los estadios en España, “desarrollará todas las acciones que sean oportunas para lograr que se adopten las medidas legislativas que resulten adecuadas para afrontar la lacra que supone el aumento de las conductas violentas, racistas, xenófobas e intolerantes en el deporte”.

“LaLiga ha recurrido la citada resolución en la vía jurisdiccional, como ya hizo en el pasado, por todas las consideraciones anteriormente expuestas. En este sentido, se recuerda que, en julio de 2024, el Tribunal Supremo dio la razón a LaLiga estimando el recurso de casación interpuesto contra

la sanción de la AEPD por la activación del micrófono de aquellos usuarios que habían dado su consentimiento a través de la aplicación oficial de LaLiga, anulando la sanción”, sentencia la patronal de clubes.

The Athletic

Italy's Serie A seeking to bring regular-season matches to U.S. within three years



By **Adam Crafton** Mar 4, 2025

The Serie A commercial and marketing director Michele Ciccarese says the Italian top flight is seeking to bring regular-season matches to the United States, outlining an ambition to do so within three years.

During an interview with journalists, including *The Athletic*, at an event at Serie A's offices in New York City, Ciccarese discussed Italian football's aims to expand its international presence.

Ciccarese, who was standing next to Serie A president Ezio Simonelli, said: "All the different leagues are discussing the possibility of playing a regular-season game (abroad). If you look at the NFL, they're playing in Germany, they're playing in London, they are going to play in Australia. So there are a lot of things happening that make the possibility (more real)."

He added it was about bringing an international audience closer to the product. One of the obstacles remains that FIFA has previously appeared to be opposed to allowing regular-season games to take place outside a host country.

However, the world governing body has been forced to reconsider this position amid a legal tussle with Relevent Sports. Relevent, founded by Miami Dolphins owner and billionaire Stephen Ross, is a media and events company which helped sell the Spanish La Liga's television rights in the North American market and has a long-term agreement to grow the Spanish league's commercial arm in the U.S.

La Liga has been attempting to play a La Liga game in the U.S. for more than half a decade and as the proposed promoter of the imagined game, Relevent Sports fought FIFA in the courts to earn the right to do so. In 2024, it achieved a breakthrough when FIFA was dropped from the antitrust lawsuit — which remains against the U.S. Soccer Federation — and FIFA announced its intention to review its policies. At the time, Relevent said FIFA would consider “changes to its existing rules about whether games can be played outside of a league's home territory”.

In May, during the FIFA Congress in Thailand, the FIFA Council approved the formation of a working group to gather further information and issue recommendations on the matter, with the broad external expectation being that it will pave the way towards domestic games being played abroad. FIFA is still to issue further public guidance.

Serie A is hoping to be the first European league to do so. Ciccarese said: “We would love to do it as the president (Simonelli) said. We are working in order to potentially do it but there are barriers that we need to overcome with the right strategy in place and with the support of the clubs, without forgetting that players are players and they have a lot of competition, when they have to play Serie A, Coppa Italia, Champions League and play in international trophies.”

Asked by *The Athletic* when he believed it would be realistic as a timescale to deliver the games, Ciccarese said: “I would say that it's up to us to put together the piece of the puzzle and present a proper strategy to the authorities. This is what we are doing, and who knows, maybe in a window of one to two years, we will see the league playing if the approvals come. For us, we need the approval of the Italian Federation, with the approval of UEFA, then it goes up to FIFA, and then it goes back to the local community.”

He was then asked if this is also a race against rival competition, such as Spain's La Liga or UEFA's Champions League, to be the first European league to land on U.S. soil.

“It's always a race to try to be the trendsetter because then the followers come and the trendsetter is the one who benefits more potentially in terms of revenues of making this thing happen.

“So again, it should be done in a way that makes sense for the club without forgetting the fans because you cannot play a Milan derby in America because the fans in Italy will get very upset as that game has a big meaning in Italy, so we have to play in a way that is respectful of our audience.”

The Italians are not the only league to have this ambition. The Spanish La Liga has been open about its desire to play a Primera Division game overseas and it has previously had plans thwarted to take a fixture between Barcelona and Girona to Miami in 2018 and then Atletico Madrid against Villarreal in 2019.

The idea of taking matches abroad is largely born out of the desire of rival European leagues to grow its revenues and international impact, when up against the behemoth of the English Premier League, whose broadcast deals globally dwarf those of the Spanish and Italian leagues.

La Liga and the Premier League also have offices in New York and also regularly organise friendly games for their teams in other continents during the off-season.

La Liga President Javier Tebas has often said — including in multiple interviews with *The Athletic* — that once it is possible for La Liga to play games overseas, it will do so.

2Playbook

Mårtensson (Cleeks GC–LIV Golf):

“Queremos crear algo que sea más grande que los propios golfistas”

El consejero delegado del equipo de golf traza las claves de una estrategia de crecimiento que busca tejer alianzas con el mundo del arte, la música y la moda. El reto: “ser un puente entre el viejo y el nuevo golf”.



Jonas Mårtensson

Cristian García 4 de marzo de 2025

Cuando LIV Golf anunció el pasado septiembre la incorporación de cinco ejecutivos para liderar algunos de sus clubes, hubo un nombre que destacó por encima del resto. Sin experiencia previa en la industria del deporte y motivado por su pasión por el golf, Jonas Mårtensson se convirtió en el director general del Cleeks Golf Club.

Más conocido por ser uno de los fundadores del popular videojuego Minecraft y haber dirigido Mojang Studios durante siete años, el directivo sueco asumió el reto de liderar los pasos de uno de los 13 clubes que compiten en el circuito de golf

Bajo la dirección de Mårtensson, el equipo ha presentado una nueva identidad visual y un logo del que ya ha surgido una marca de ropa. El Cleeks Golf Club busca hacerse un hueco entre los que ya son aficionados al golf, pero sobre todo entre los que no lo son con colaboraciones que conecten al deporte con el mundo de la moda, el arte y la música. "Lo que LIV Golf ha conseguido en su corto ciclo de vida es atraer a una audiencia más joven y una nueva audiencia al golf", indica el ejecutivo. Si bien la idea de impulsar un equipo en un deporte individual puede parecer todo un desafío, él apunta hacia "modelos de negocio digitales y soluciones más escalables" para hacer crecer su negocio.

¿Qué es lo que más te ha convencido del LIV Golf y el Cleeks Golf Club para dar el salto a este proyecto?

Nunca había trabajado en el deporte, pero he estado trabajando en muchas industrias diferentes a lo largo de mi vida. La última fue con Minecraft, donde ejercí como consejero delegado un tiempo. Pero siempre he disfrutado de la construcción de marcas y de ser parte de un viaje de crecimiento con las empresas. Es decir, ver crecer algo desde que es pequeño hasta que se convierte en algo más grande. Aunque creo que la razón principal por la que trabajo para el Cleeks Golf Club y LIV Golf es que soy un gran aficionado al golf y he estado jugando toda mi vida. Es el lugar perfecto para mí. Puedo combinar mi experiencia en la creación de marca con mi mayor afición y pasión en la vida, que es el golf.

¿Qué conocimientos de tu experiencia en el sector de los videojuegos, y especialmente con el impulso de Minecraft, se pueden aplicar en el mundo del deporte? ¿Y en el Cleeks Golf Club?

Sobre todo, se trata de cómo crear expectación en torno a una marca. Obviamente, la industria de los videojuegos y la del golf están muy alejadas. Pero creo que las similitudes se reducen a cómo se construye una marca. Minecraft, en su esencia, es un juego, pero también es una marca que logramos construir y hacer bastante grande. Podemos construir una comunidad en torno al Cleeks Golf Club y hacer emocionantes actividades de marca y que la gente ame lo que hacemos. Ese es el objetivo.

¿Cuáles son las principales diferencias que has experimentado entre ambos sectores en términos de negocio?

Hay una gran diferencia. El modelo de negocio es completamente diferente. Las fuentes principales para Cleeks Golf Club son los patrocinios, el merchandising y el prize money. Espero que podamos desarrollar estas fuentes de ingresos en el futuro. Espero que en el futuro tengamos algunos modelos de negocio digitales y soluciones más escalables con las que podamos ganar dinero a gran escala.

“Podemos construir una comunidad en torno al Cleeks Golf Club y hacer emocionantes actividades de marca y que la gente ame lo que hacemos”

¿Trabajáis como propiedad deportiva para establecer sinergias con el gaming, por ejemplo, en el mundo de los esports?

Obviamente, hemos tenido esa discusión, pero no es una prioridad a corto plazo. Es conveniente que LIV, como liga, se sumerja en los deportes electrónicos, porque tiene más sentido hacerlo a nivel de liga que a nivel de equipo. Luego, si eso cobra vida y LIV crea una entidad de juegos, obviamente Cleeks formará parte de ella. Pero para mí, empezar a construir esta pata del negocio no es la máxima prioridad.

Los videojuegos tienen un gran impacto en el público joven. ¿Qué aporta LIV Golf para acercarse a nuevos públicos y generaciones? ¿Qué papel juegan las redes sociales?

Lo que LIV Golf ha logrado en su corto ciclo de vida es atraer a un público más joven y un nuevo público al golf. Y lo ha hecho a través de un nuevo concepto y un formato muy emocionantes, pero también introduciendo más entretenimiento en torno al golf. Ir a un torneo del LIV Golf es muy emocionante. Siempre me ha gustado ver golf tanto en la televisión como en eventos físicos, pero la primera vez que viví un evento de LIV Golf, fue algo completamente diferente y muy emocionante. Es acción desde el minuto en que entras por la puerta. Hay conciertos y un gran ambiente alrededor del torneo. Además, todos los jugadores empiezan al mismo tiempo, lo que significa que hay acción desde el principio hasta el final, mientras que los torneos de golf normales suelen ser más emocionantes sólo al final, cuando juegan los líderes. Me gusta mucho el formato y complementa muy bien el mundo del golf.

¿Qué opina del interés de cada vez más marcas de moda enfocadas a un público joven que se involucran por primera vez en el golf y crean nuevas líneas de productos? ¿Por qué está ocurriendo este fenómeno?

En primer lugar, creo que el golf es un deporte de masas y que hemos asistido a un gran crecimiento del juego. El golf se ha puesto de moda. Creo que, durante muchos años, se ha asociado con un público mayor y que es caro y con un cierto tipo de reglas. En mi opinión, no había sido accesible al gran público. Pero lo que ha pasado ahora con LIV Golf y con otras cosas es que de repente el golf se ha puesto de moda, lo cual es genial. Llevo toda la vida pensando que este deporte vale la pena, y el público general lo está entendiendo. Eso es lo que atrae a la moda. Las marcas de moda han visto la oportunidad de entrar en este mercado y crear algo completamente nuevo. Algunas están muy centradas en el golf, pero cada vez se ven más compañías Lifestyle que crean marcas en torno a la moda y el golf, lo que ha demostrado ser un gran éxito.

Desde hace unas semanas también contáis con nuevo logo e identidad. ¿Qué se busca con el lanzamiento de este logo? ¿En qué os habéis inspirado?

Tenemos la oportunidad de crear algo más grande en el golf de lo que ha sido hasta ahora. El golf ha estado muy centrado en torno a cada golfista, siempre ha sido un deporte individual y las marcas han sido básicamente los individuos. Greg Norman fue para mí el primero que realmente creó una marca en torno a sí mismo. Eso es un buen comienzo de cómo las marcas se construyeron a través del golf. Ahora, con el nuevo formato de LIV, hay una oportunidad de construir algo más a largo plazo que dure más que cualquier jugador. Y tenemos la oportunidad de explorar esta nueva ola de marcas de lifestyle dentro del golf. Ese es también el objetivo de la renovación de la marca, posicionarla de una forma que sea emocionante y algo sobre lo que construir a lo largo del tiempo, con activaciones de marca y colaboraciones. En definitiva, se trata de construir algo más grande que los jugadores individuales.

El propio logo sirve como punto de partida a una marca de la que sale una línea de ropa. ¿De qué manera esperáis construir una marca alrededor de él?

Cuando nos pusimos en marcha con nuestra agencia hace seis o siete meses, lo que vimos en el mercado es que millones de personas han abrazado el LIV y su nuevo concepto de golf. Pero también vimos un público muy grande que aún no había dado ese primer paso y que no sabía entender muy bien lo que era o si se podía identificar con este nuevo formato, la marca y el concepto. Queríamos construir algo que pudiera ser un puente entre el viejo y el nuevo golf. Por ello, nuestro eslogan es el de tradición renovada. Defendemos la historia y la herencia del golf y la honramos, pero queremos ser parte del futuro del golf que creemos que es un mundo más entretenido y apasionante.

Uno de sus valores fundacionales como club es unir deporte, arte, moda y música para inspirar a las nuevas generaciones de jugadores y aficionados. ¿Es la música una forma de conectar con las nuevas generaciones?

La música es una parte muy importante del concepto de LIV. Donde quiera que vayamos en el campo de golf, oírás música. Luego, en cada torneo al que vamos, estamos construyendo el concepto de las Cleeks Garden Parties. Tenemos una ubicación en un hoyo y ahí creamos la atmósfera adecuada para los aficionados. También vemos la posibilidad de explorar colaboraciones con artistas para encontrar conceptos interesantes en los que podamos combinar música y golf. Algo muy parecido a lo que hacemos con el arte y la moda: vamos a introducir un concepto artístico en el que colaboraremos con artistas consagrados y prometedores. También hemos planeado colaboraciones con marcas de moda que encajan con nuestros valores e invitan a un público nuevo. Si podemos entrar en ese mundo a través de colaboraciones, esperamos que su público nos encuentre interesante y nuestro público también encuentre interesante aquello con lo que colaboramos.

“Aspiramos a marcas algo más premium que muchos otros equipos por el posicionamiento que estamos adoptando”

¿Qué estrategias habéis puesto en práctica para maximizar vuestros ingresos?

Lo esencial para mí es construir una marca que tenga muy claro su posicionamiento. Y una vez que lo hayamos logrado, podremos atraer a cierto tipo de patrocinadores. Aspiramos a marcas algo más premium que muchos otros equipos por el posicionamiento que estamos adoptando. En las conversaciones con patrocinadores potenciales hemos visto que lo que quieren es alinearse con una marca con la que se sientan cómodos y que esté en consonancia con su posicionamiento de marca. Luego, mientras se está construyendo la marca y se obtiene entusiasmo en torno a ella, llega el negocio de merchandising.

Aparte de la reciente colaboración con el diseñador Martin Key, no tenéis ningún patrocinador. ¿Cuáles son vuestros planes comerciales? ¿Podéis firmar un title sponsor?

Sí, no es una prioridad. Estamos abiertos a tener esa conversación sobre la incorporación de un title sponsor. Nuestras marcas tienen que estar muy bien alineadas y ser algo con lo que podamos tener una relación muy duradera. Pero la prioridad, por ahora, es el resto de patrocinadores. Y nos estamos centrando en marcas globales que se alinean con nosotros.

El formato de competición LIV Golf ya es revolucionario desde su primera edición, pero ¿cómo se trabaja para generar contenidos más atractivos para la audiencia?

Nos hemos centrado en crear lo que creemos que es contenido de alta calidad, tanto en términos de fotografía como de vídeos. Creemos que así es como vamos a construir una marca fuerte para mostrarnos realmente con contenido de calidad. Queremos ofrecer a nuestra audiencia la posibilidad de acercarse y sentir que son parte del viaje, y sentir que están cerca de los jugadores y llegar a conocerlos. Eso es clave en cualquier red social.

¿Qué significaría para el futuro de la disciplina que LIV Golf llegara a un acuerdo definitivo con el PGA Tour y el European Tour?

Creo que todo el mundo que trabaja dentro del golf y todos los aficionados tenemos el mismo objetivo. Es decir, que los torneos más emocionantes sean aquellos en los que juegan los mejores. No soy parte de esas conversaciones de alto nivel entre el PGA y LIV, así que no puedo decir mucho más que eso. Pero en el caso de Cleeks y del LIV Golf, sí que puedo decir que lo que queremos lograr es hacer crecer el golf y ser parte de un futuro en el que los mejores jugadores puedan competir entre ellos.

Entre Mike Tyson y la NFL en Navidad: ¿qué fue lo más visto en el año deportivo de Netflix?

El regreso de Mike Tyson tras su retirada en 2005 fue lo más visto en deportes del gigante del 'streaming' Netflix. Los contenidos deportivos sumaron un total de 149,7 millones de visualizaciones. La oferta de entretenimiento tuvo buena acogida.



Patricia López 5 de marzo de 2025

El deporte entra en el top-10 del ranking de contenidos más vistos de Netflix en 2024. El gigante del streaming ha publicado su informe de las películas, series y eventos más exitosos entre sus suscriptores y en la clasificación hay un evento que destaca entre las comedias románticas y El Juego del Calamar: el combate de boxeo entre Mike Tyson y Jake Paul. Sin contar las películas, fue el séptimo contenido más visto, con 48,9 millones de visualizaciones.

Netflix contabiliza cada visualización sin sumarle el efecto multiplicador, derivado de que un único contenido pueden verlo varias personas a la vez. Las cifras del combate son muy positivas, especialmente si se tiene en cuenta que la emisión del evento no se emitió a escala global, como sí ocurre con el 85% de las 20 series más vistas del año.

La apuesta de la plataforma de streaming por el deporte ha sido en eventos únicos y no con temporadas completas o que impliquen una mayor recurrencia de directos. Y los datos demuestran que esa estrategia funciona. Especialmente cuando la delgada línea entre deporte y entretenimiento confluyen.

El regreso de Tyson al ring desde su retirada en 2005 no fue con un púgil profesional, sino con un influencer. Esta cita concentró el 32% de la audiencia deportiva de Netflix en 2024, que sumó un total de 149,7 millones views. El segundo evento más visto fue The Roast of Tom Brady, donde comediantes y estrellas del deporte en activo y retiradas se citaron para reírse unos de otros. Esa emisión, que tampoco estuvo disponible a nivel global, sumó 24,2 millones de audiencia.

Le siguió la firma apuesta de Netflix por la NFL en Navidad. Los partidos del entre los Ravens y los Texans, y entre los Chiefs y los Steelers sumaron más de 14,3 millones de views cada uno. En el descanso del primer partido tuvo lugar el Beyoncé Bowl, un show musical que conectó con 5,1 millones de personas en diferido (la actualizó se publicó en Netflix dos días después). A efectos de audiencia, Nielsen la situó en 65 millones de telespectadores, marcando el récord de la competición.

Desapareció del ranking el partido que Rafa Nadal y Carlos Alcaraz jugaron en Las Vegas, el Netflix Slam disputado en marzo. Eso sí, el ranking de audiencia del primer trimestre refleja que, hasta junio, tuvo 1 millón de visualizaciones.

La apuesta del gigante audiovisual está en el deporte en directo con eventos puntuales. "Los números económicos de las temporadas de las grandes ligas deportivas continúan siendo extremadamente desafiantes", afirmó Ted Sarandos, co-CEO de Netflix, durante la presentación de resultados anuales. Mencionó el concepto momentum y eventización para explicar los límites de Netflix en la compra de derechos audiovisuales: la rentabilidad.

Además, emitir algunos eventos en época de máxima audiencia (como los partidos de Navidad de la NFL) permiten facturar por publicidad y conseguir altas. Los contenidos están disponibles para todo tipo de suscripciones, incluida la más económica, de modo que pueden registrarse picos de altas en momentos determinados. Además, los anunciantes pueden activar durante las pausas publicitarias y estar presentes en las pantallas durante los partidos.

Más allá de los eventos en directo, los documentales como Drive to Survive sumaron 10 millones de visualizaciones en 2024 a través de sus cinco temporadas. La segunda temporada de Break Point, la docuserie con jugadores de ATP y WTA mejoró sus cifras hasta 3 millones, pero se mantuvo por detrás de Full Swing, grabada en colaboración con el PGA Tour de golf.

Audiencia de los contenidos deportivos más vistos en 2024 en Netflix		
Audiencia en número de usuarios.		
Contenido	¿Disponible a nivel global?	Total audiencia
Jake Paul vs. Mike Tyson	No	48 900 000
The Roast of Tom Brady	No	24 200 000
Christmas Gameday: Ravens vs. Texans	No	14 400 000
Christmas Gameday: Chiefs vs. Steelers	No	14 300 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 6	SI	13 100 000
Countdown: Paul vs. Tyson: Season 1	SI	8 200 000
Full Swing: Season 2	SI	5 900 000
Beyoncé Bowl*	No	5 100 000
Break Point: Season 2	SI	3 000 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 1	SI	2 900 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 5	SI	2 100 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 2	SI	1 800 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 3	SI	1 600 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 4	SI	1 600 000
Full Swing: Season 1	SI	1 200 000
The Netflix Slam - Nadal vs Alcaraz	No	1 000 000
Break Point: Season 1	SI	700 000
WWE Bad Blood: 2024	No	100 000
WWE Crown Jewel: 2024	No	100 000
WWE Survivor Series: 2024	No	100 000
Fuente: What We Watched: A Netflix Engagement Report		
Table: Intelligence 2R - Fuente: Intelligence 2R - Creado con Datawrapper		



Que canceles tu suscripción de Netflix no parece importarle a la compañía. La razón: queda claro que la mayoría de usuarios vuelve

Según un estudio de la firma de análisis Antenna, en un año, el 61% de los estadounidenses volvieron a suscribirse

Los datos lo demuestran: a pesar de las subidas y las restricciones, Netflix tiene la audiencia más fiel



Hace 11 horas Antonio Vallejo

Las restrictivas políticas de Netflix en torno a la limitación de las cuentas compartidas, las constantes subidas de precio o el mayor impulso de su plan con anuncios no parecen ser suficientes para perjudicar su posición en el sector.

En este sentido, la compañía no solo domina el mercado del streaming en términos de suscriptores, sino que también destaca por su capacidad para recuperar a aquellos usuarios que cancelan su suscripción pasado un tiempo. A diferencia de sus principales competidores, la plataforma parece

lograr atraer de vuelta a la mayoría de los usuarios que se dan de baja, y lo hace en un tiempo sorprendentemente corto.

Netflix y su fiel base de usuarios

Según datos de la firma de análisis Antenna, el 50% de los suscriptores estadounidenses que cancelaron Netflix en 2023 volvieron al servicio en un plazo de seis meses. En el transcurso de un año, ese porcentaje ascendió al 61%. Estas cifras superan con creces la tasa de recuperación de la competencia por goleada.

El estudio de Antenna, que examinó la evolución de nueve servicios de streaming en Estados Unidos, incluyendo Apple TV+, Disney+, Hulu y Max, revela que solo el 34% de los usuarios que cancelaron alguna de estas plataformas en 2023 en este país decidieron regresar en seis meses. A lo largo de un año, el porcentaje de retorno alcanzó el 45%, muy por debajo de los datos obtenidos por Netflix.

Además de esta sorprendente tasa de recuperación, Netflix también mantiene el índice de cancelación mensual más bajo del sector, según apunta el informe. Mientras que otras plataformas ven fluctuar su número de suscriptores con cancelaciones más frecuentes, Netflix ha logrado mantener su tasa de cancelación en torno al 2%, tal y como aseguran desde Antenna. Este porcentaje es considerablemente inferior al promedio ponderado de sus competidores, lo que demuestra que la compañía dispone de una audiencia bastante más fiel que la competencia.

A pesar de que Netflix ha aplicado otra subida de precio en Estados Unidos (mientras esperamos la próxima en España), este factor no parece representar una amenaza significativa para su base de usuarios. La plataforma sigue sumando nuevos suscriptores y, aunque algunos decidan cancelar temporalmente, todo indica que la mayoría termina regresando en un corto período de tiempo.

Las series y las películas más populares del streaming en febrero de 2025

Severance y La sustancia ganaron en febrero la batalla de la popularidad en el streaming

La serie más popular en la galaxia del streaming en febrero fue Severance (Apple TV+). La sustancia (Movistar Plus+ y Filmin) fue, por su parte, la película más popular.



Medios de comunicación

Escrito por Esther Lastra 04 marzo del 2025

La placentera sensación de llegar a casa tras una extenuante jornada laboral para arrojarnos en los brazos de las plataformas de vídeo en streaming y olvidarnos (aunque sea de manera fugaz) de las miserias del día a día se ve a menudo truncada por las hechuras absolutamente colosales de sus librerías de contenidos. Y es que, abrumados por la vastísima oferta de series y películas que se abren paso en Netflix y compañía, somos a menudo víctimas de una suerte de parálisis que nos impide decidir qué vamos a ver a continuación y ello nos lleva eventualmente a dar portazo a ese pasatiempo que pensamos que iba a hacer algo menos enojosa nuestra cotidianidad del día a día.

Con todo, y si bien escoger series y películas en las plataformas de vídeo en streaming no es en modo alguno fácil por el tamaño extraordinariamente ciclópeo de los catálogos allí albergados, hay títulos que se las ingenian para concitar (sí o sí) la atención del usuario, ya sea por el boca a boca, por las redes sociales o por las campañas de promoción, que son a veces tan fragorosas que resulta casi imposible ignorar.

Las series más populares en febrero de 2025

Durante el mes de febrero la serie más popular en España en las plataformas de vídeo en streaming fue Severance, cuya segunda temporada debutó el pasado 17 de enero en Apple TV+. Esta aclamada serie lidera el ranking mensual de series confeccionado por JustWatch en base a la métrica «popularity score». Severance apalanca la mirada en una empresa cuyos empleados han sido sometidos a un osado procedimiento quirúrgico que separa escrupulosamente los recuerdos pertenecientes al trabajo y a la esfera privada. Sin embargo, detrás de tan controvertido experimento se ocultan siniestros secretos que Mark Scout, protagonista de esta producción, trata de desentrañar.



La medalla de plata en la lista de las series más populares en la galaxia del streaming durante el pasado mes de febrero en España se la colgó Yellowstone, que puede verse en nuestro país en SkyShowtime y Movistar Plus+ y debutó asimismo hace poco en Netflix y en Prime Video. En esta producción Kevin Costner se mete en la piel de John Dutton, que tiene la vitola de ser el dueño del rancho más grande de Estados Unidos. El protagonista y sus hijos se embarcan en una lucha sin cuartel contra una reserva india y el Gobierno de Estados Unidos para impedir que su propiedad pase a formar parte del parque nacional contiguo.

En la tercera plaza del podio se sitúa, por su parte, la serie *Paradise*, que se estrenó el pasado 26 de enero en Disney+. En este palpitante «thriller» político pródigo en giros de guion el asesinato del presidente de Estados Unidos, cuyo cadáver es hallado junto a la cama del jefe del Servicio Secreto de la Casa Blanca, desata el caos en una comunidad tan exclusiva como aparentemente tranquila.

El cuarto puesto en la lista de las series más populares en España en las plataformas de vídeo en streaming lo ocupa *The White Lotus*, cuya tercera temporada parte hizo su puesta de largo en Max el pasado 17 de febrero. La trama de la tercera entrega de la exitosa serie de Mike White, célebre por su cáustico sentido del humor, está ambientada en esta ocasión en Tailandia, donde un grupo de acaudalados turistas estadounidenses con muchos cadáveres en el armario se dan cita en un lujoso resort sito en una idílica isla del país asiático.

La quinta plaza en el ranking es para la serie británica *Chacal*, que forma parte del catálogo de SkyShowtime. Protagoniza esta serie, cuyo elenco encabezan Eddie Redmayne, Lashana Lynch y Úrsula Corberó, un escurridizo asesino a sueldo al que sigue la pista a lo largo y ancho de toda Europa una tenaz agente de inteligencia del Gobierno británico

Siguen en popularidad a *Chacal* *La agencia*, que puede verse en SkyShowtime y Movistar Plus+, y *La chica de nieve*, que forma del catálogo de Netflix y estrenó su segunda tanda de episodios el pasado 31 de enero.

Completan el Top 10 de series más populares en febrero *El agente nocturno* (Netflix), *Silo* (Apple TV+) y *Érase una vez el Oeste* (Netflix).

Las películas más populares en febrero de 2025

Si nos detenemos en las películas más populares en los servicios de vídeo en streaming en España durante el pasado mes de febrero, la lista la lidera *La sustancia*. En este largometraje, que puede verse en Movistar Plus+ y en Filmin y estuvo nominado a la mejor película en la última edición de los Oscar, Demi Moore se mete en la piel de Elisabeth Sparkle, una celebridad venida a menos que decide inyectarse un revolucionario suero para crear una versión más joven, más bella y más perfecta de sí misma. El experimento acaba teniendo, no obstante, efectos tan inesperados como abracadabrantes.



La segunda plaza en el ranking es para *La infiltrada*, que forma parte del catálogo de Movistar Plus+ y se alzó con la estatuilla a la mejor película en la última edición de los Goya. Inspirada en la historia real de una agente de la Policía Nacional que se infiltró en la banda terrorista ETA durante ocho años, la cinta es un apasionante retrato de una mujer valiente que cambiar su para intentar salvar la de otros.

Sigue en popularidad a *La infiltrada* el largometraje *El 47*, del que pueden disfrutar los suscriptores de Movistar Plus+. *El 47*. Esta cinta española, merecedora junto a *La infiltrada* del Goya a la mejor película, se hace eco del acto de disidencia pacífica y el movimiento vecinal base que en 1978 transformó Barcelona y cambió para siempre la imagen de los suburbios de la Ciudad Condal. En esta película Eduard Fernández se mete en la piel de Manolo Vital, un conductor de autobús que se adueña del bus de la

línea 47 con el último objetivo de desmontar una mentira que el Ayuntamiento se empeña en repetir una y otra vez: que los autobuses no pueden subir supuestamente las cuestas del distrito de Torre Baró.

El cuarto escalón en el ranking es para El abismo secreto, una película que puede contemplarse ahora mismo en Apple TV+. Protagonizan este largometraje de terror con tintes fantásticos dos agentes de élite que son secretamente asignados a torres de vigilancia en los lados opuestos de un vasto desfiladero con el último objetivo de proteger el mundo de un misterioso mal que acecha en sus entrañas.

Ocupa, por su parte, el quinto puesto la película española Casa en llamas, que forma parte del catálogo de Netflix. Esta cinta, que dirige Dani de la Orden, sigue las andanzas de Montse, que organiza un fin de semana perfecto en Cadaqués en compañía de su familia. Sus improbables esfuerzos se topan, no obstante, de bruces con la indiferencia de su ex y de sus hijos. Pese a los obstáculos, Montse está decidida a que la reunión familiar que está preparando sea absolutamente ideal.

La sexta plaza en el ranking de JustWatch es, por su parte, para The Order (La hermandad silenciosa), un largometraje disponible actualmente en Prime Video. En este «thriller» Jude Law interpreta a un veterano agente del FBI que investiga una serie de atentados y robos en el noreste del Pacífico y termina enfrentándose a un carismático terrorista (Nicholas Hoult) que busca derrocar al gobierno de Estados Unidos.

Cierran el ranking de JustWatch Jurado Nº 2 (Max y Movistar Plus+), Parpadea dos veces (Prime Video), Salve María (Movistar Plus+) y La virgen roja (Prime Video).

Entre Mike Tyson y la NFL en Navidad: ¿qué fue lo más visto en el año deportivo de Netflix?

El regreso de Mike Tyson tras su retirada en 2005 fue lo más visto en deportes del gigante del 'streaming' Netflix. Los contenidos deportivos sumaron un total de 149,7 millones de visualizaciones. La oferta de entretenimiento tuvo buena acogida.



Patricia López 5 de marzo de 2025

El deporte entra en el top-10 del ranking de contenidos más vistos de Netflix en 2024. El gigante del streaming ha publicado su informe de las películas, series y eventos más exitosos entre sus suscriptores y en la clasificación hay un evento que destaca entre las comedias románticas y El Juego del Calamar: el combate de boxeo entre Mike Tyson y Jake Paul. Sin contar las películas, fue el séptimo contenido más visto, con 48,9 millones de visualizaciones.

Netflix contabiliza cada visualización sin sumarle el efecto multiplicador, derivado de que un único contenido pueden verlo varias personas a la vez. Las cifras del combate son muy positivas, especialmente si se tiene en cuenta que la emisión del evento no se emitió a escala global, como sí ocurre con el 85% de las 20 series más vistas del año.

La apuesta de la plataforma de streaming por el deporte ha sido en eventos únicos y no con temporadas completas o que impliquen una mayor recurrencia de directos. Y los datos demuestran que esa estrategia funciona. Especialmente cuando la delgada línea entre deporte y entretenimiento confluyen.

El regreso de Tyson al ring desde su retirada en 2005 no fue con un púgil profesional, sino con un influencer. Esta cita concentró el 32% de la audiencia deportiva de Netflix en 2024, que sumó un total de 149,7 millones views. El segundo evento más visto fue The Roast of Tom Brady, donde comediantes y estrellas del deporte en activo y retiradas se citaron para reírse unos de otros. Esa emisión, que tampoco estuvo disponible a nivel global, sumó 24,2 millones de audiencia.

Le siguió la firma apuesta de Netflix por la NFL en Navidad. Los partidos del entre los Ravens y los Texans, y entre los Chiefs y los Steelers sumaron más de 14,3 millones de views cada uno. En el descanso del primer partido tuvo lugar el Beyoncé Bowl, un show musical que conectó con 5,1 millones de personas en diferido (la actualizó se publicó en Netflix dos días después). A efectos de audiencia, Nielsen la situó en 65 millones de telespectadores, marcando el récord de la competición.

Desapareció del ranking el partido que Rafa Nadal y Carlos Alcaraz jugaron en Las Vegas, el Netflix Slam disputado en marzo. Eso sí, el ranking de audiencia del primer trimestre refleja que, hasta junio, tuvo 1 millón de visualizaciones.

La apuesta del gigante audiovisual está en el deporte en directo con eventos puntuales. "Los números económicos de las temporadas de las grandes ligas deportivas continúan siendo extremadamente desafiantes", afirmó Ted Sarandos, co-CEO de Netflix, durante la presentación de resultados anuales. Mencionó el concepto momentum y eventización para explicar los límites de Netflix en la compra de derechos audiovisuales: la rentabilidad.

Además, emitir algunos eventos en época de máxima audiencia (como los partidos de Navidad de la NFL) permiten facturar por publicidad y conseguir altas. Los contenidos están disponibles para todo tipo de suscripciones, incluida la más económica, de modo que pueden registrarse picos de altas en momentos determinados. Además, los anunciantes pueden activar durante las pausas publicitarias y estar presentes en las pantallas durante los partidos.

Más allá de los eventos en directo, los documentales como Drive to Survive sumaron 10 millones de visualizaciones en 2024 a través de sus cinco temporadas. La segunda temporada de Break Point, la docuserie con jugadores de ATP y WTA mejoró sus cifras hasta 3 millones, pero se mantuvo por detrás de Full Swing, grabada en colaboración con el PGA Tour de golf.

Audiencia de los contenidos deportivos más vistos en 2024 en Netflix		
Audiencia en número de usuarios.		
Contenido	¿Disponible a nivel global?	Total audiencia
Jake Paul vs. Mike Tyson	No	48 900 000
The Roast of Tom Brady	No	24 200 000
Christmas Gameday: Ravens vs. Texans	No	14 400 000
Christmas Gameday: Chiefs vs. Steelers	No	14 300 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 6	SI	13 100 000
Countdown: Paul vs. Tyson: Season 1	SI	8 200 000
Full Swing: Season 2	SI	5 300 000
Beyoncé Bowl*	No	5 100 000
Break Point: Season 2	SI	3 000 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 1	SI	2 900 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 5	SI	2 100 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 2	SI	1 800 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 3	SI	1 600 000
Formula 1: Drive to Survive: Season 4	SI	1 600 000
Full Swing: Season 1	SI	1 200 000
The Netflix Slam - Nadal vs Alcaraz	No	1 000 000
Break Point: Season 1	SI	700 000
WWE Bad Blood: 2024	No	100 000
WWE Crown Jewel: 2024	No	100 000
WWE Survivor Series: 2024	No	100 000
Fuente: What We Watched: A Netflix Engagement Report		
Table: Intelligence 2R - Fuente: Intelligence 2R - Creado con Datawrapper		
.....		
1		

REPORTAJES

Cine español para el 2025: Thriller

marzo 3, 2025 por Admini

Tras nuestros repastos a las series y las comedias españolas, le toca el turno al thriller. Este es uno de los géneros de mayor calado entre el público. Sin ir más lejos, ahí está el éxito de *La infiltrada* el año pasado. Esperemos que se vuelva a apostar por este género, y en sala de cine, porque tres de los más importantes del año son para plataformas de streaming. *Por Carlos Aguilar Sambricio*



‘Los tigres’ (Foto: Julio Vergne)

El año ha empezado con el estreno de *Mikaela*, el nuevo thriller de acción de Daniel Calparsoro, que ha sido el primer título español en superar el millón de euros en taquilla. Antonio Resines encabeza el reparto de este largometraje sobre un atraco que sucede durante un gran atasco en la autopista, provocado por una gran tormenta de nieve. Distribuida por Disney, es una producción de Atresmedia Cine junto a La Terraza Films, Atlantia Media, Ikiru Films y AP6 La Película AIE.

Uno de los maestros del thriller en España es Alberto Rodríguez, que tiene nuevo film para este año: ***Los tigres***. Este original de Movistar con producción Kowalski Films, Feelgood Media, Mazagón Films AIE y la compañía francesa Le Pacte está protagonizada por Antonio de la Torre y Bárbara Lennie. Disney llevará a salas la historia de dos hermanos vinculados al mar. Él, trabajando como buzo industrial, y ella, estudiando el fondo marino y asistiendo a su hermano. Pese a jugarse la vida todos los días, su situación económica es delicada. Una situación que puede cambiar cuando se encuentran con un alijo de cocaína escondido en un carguero.

No son buenos tiempos para el thriller puro y duro en salas de cine. Tres de los títulos más potentes para 2025 son de plataformas. Uno es ***Zeta*** de Dani de la Torre, que se estrenará en exclusiva en Amazon Prime Video. Producida por Fonte Films y con Mario Casas de protagonista, el guion está escrito por Oriol Paulo, Jordi Vallejto y el propio Dani de la Torre. Cuatro ex-oficiales de inteligencia españoles son asesinados al mismo tiempo en distintas embajadas del mundo. El CNI descubre que todos participaron hace 35 años en la oculta Operación Ciénaga, que ocurrió en Colombia.



Netflix tiene dos balas importantes. Una de ellas, muy similar a *La infiltrada*, es haber apostado por el regreso al largometraje de Agustín Díaz Yanes con *Un fantasma en la batalla*, una producción de J.A.Bayona, Sandra Hermida y Belén Atienza. Inspirada en experiencias reales de miembros de la Guardia Civil durante la lucha contra ETA en los años 90, la trama sigue los pasos de una joven agente encubierta, Amaia, interpretada por Susana Abaitua, quien se infiltra en la organización terrorista en el sur de Francia para localizar sus depósitos de armas y explosivos.

Por otro lado, David Victori nos proporcionará *Cortafuego*, una producción de Espotlight Media con Joaquín Furriel, Belén Cuesta, Enric Auquer y Diana Gómez. Cuenta la historia de una familia que va a su casa de verano en el bosque para prepararla para la venta pero se convierte en una pesadilla cuando la hija desaparece justo cuando se declara un incendio forestal en la zona.

Muy singular pero gratificante es encontrar una propuesta como *Ídolos* de Mat Whitecross, una película de acción que narra las dificultades de un joven piloto para llegar a Moto GP y con Óscar Casas, Claudio Santamaría, Ana Mena y Enrique Arce en el reparto principal. La historia parte de una idea de Jordi Gasull y el guion lo firman Inma Cánovas, Jordi Gasull y Ricky Roxburgh. Producen 4 Cats Pictures, Warner Bros. España e Italia, Mogambo, Anangu Grup y Greenboo.



Juanma Bajo Ulloa en el rodaje de 'El mal'

El *outsider* Juanma Bajo Ulloa debería estrenar en 2025 su thriller psicológico ***El mal***, una producción con su propia empresa, Frágil Zinema y protagonizada por una joven actriz, María Schwinning. La cinta trata sobre la necesidad del ser humano de obtener reconocimiento, y su incapacidad para aceptar su lado oscuro.

Judith Colell tiene para estreno ***Frontera***, producción de Coming Soon, Diagonal y Bulletproof con distribución de Filmax. Miki Esparbé, Maria Rodríguez Soto, Asier Etxeandia, Bruna Cusí y Jordi Sánchez cuenta la historia de un grupo de personas que se arriesgan para ayudar a los judíos que escapaban de la represión nazi

Norberto López Amado (*El cuaderno de Sara*) nos entregará ***El cuento del lobo***, thriller con Daniel Grao, Lucía Jiménez, Paco Tous y María Romanillos que se basa en la obra *Duda razonable* de Borja Ortiz de Gondra. Secuoya Studios, Álamo Producciones Audiovisuales y A Contracorriente Films son los productores de este relato que reflexiona sobre la violencia machista y el compromiso social.

No sabemos si llegará a tiempo pero en 2025 podría volver Imanol Uribe con ***La sospecha de Sofía***, adaptación de la novela homónima de Paloma Sánchez-Garnica. Protagonizada por Álex González, la historia sigue a una pareja, Sofía y Daniel, cuya vida cambia cuando él recibe una carta diciéndole que su verdadera madre es otra. Madrid, París y su mayo del 68, el muro de Berlín, la Stasi y la KGB y los servicios de contraespionaje en la España tardofranquista son el telón de fondo de esta búsqueda de identidad.

Bambú Producciones es la encargada de producir para Netflix ***La viuda negra***, una nueva película basada en la historia real del conocido caso de la viuda negra de Patraix. Dirigida por Carlos Sedes, la actriz Ivana Baquero es la encargada de dar vida a María Jesús Moreno Cantó, más conocida como Maje, mientras que Tristán Ulloa se pone en la piel de Salva.

La huella del mal, la primera película rodada en Atapuerca, es un thriller en el que una excursión escolar se tuerce cuando aparece el cuerpo de una joven en el yacimiento. Se estrena en abril, tras pasar por el Festival de Málaga, y está dirigido por Manuel Ríos San Martín, que adapta su novela homónima. Está protagonizado por Blanca Suárez y Daniel Grao, con producción de La Charito Films y la alemana Nadcon.

También llamará la atención el drama romántico con toques de thriller ***El secreto del orfebre*** de Olga Osorio, que cuenta con Mario Casas y Michelle Jenner. Nostromo Pictures es la productora de esta adaptación de la novela homónima de Elia Barceló. La historia sigue a un prestigioso orfebre que, al viajar desde España a Nueva York para una exposición, pasa por su pueblo natal. Este viaje lo lleva a un reencuentro con un gran amor que marcó su vida.



‘Cortafuego’

La Isla de los Faisanes, ópera prima de Asier Urbieta, está protagonizada por Jone Laspiur y Sambou Diaby, con la colaboración especial de Itziar Ituño y Josean Bengoetxea. Es un thriller fronterizo producido por Arcadia Motion Pictures, La Tentación Producciones y Galatea Films, en asociación con La Fidèle Production de Francia, que se desenvuelve en tres idiomas: euskera, francés y castellano. Gira en torno al descubrimiento de un cadáver en la zona, alterando la vida de Laida y Sambou, una joven pareja que reside en la frontera del Bidasoa.

El año pasado ya hablamos de *La deuda*, nuevo film de Daniel Guzmán, y no creemos que en este año llegue *La fiera*, lo nuevo Salva Calvo con Mod Producciones.

Otros largometraje a tener en cuenta serán *La bala* de Carlos Iglesias, *Tierra de nadie* de Albert Pintó y *Parecido a un asesinato* de Antonio Hernández.

Las campanadas de Broncano y Lalachus costaron 248.466 euros

► RTVE fijó un sueldo de 66.000 euros para los presentadores, aunque se desconoce cuál fue el caché individual

CLARA MOLLÁ PAGÁN
MADRID

La irrupción de David Broncano en la televisión pública ha sido potente. En cuestión de un año, el nombre del presentador fue motivo de muchos titulares tras su contrato en La 1 por 'La Revuelta', más tarde con las polémicas del programa y recientemente con las campanadas de fin de año que presentó junto a su colaboradora Lalachus. Después de dos meses, se ha hecho pública la cifra que ambos presentadores cobraron por dar la bienvenida al 2025 en TVE. Según informó el presidente de RTVE, José Pablo López, a través de un informe al que ha tenido acceso ABC, la cantidad a la que ascendió dicho gasto fue de 66.000 euros, aunque López no especificó los cachés individuales de cada uno de ellos indicando que esa partida estaba sujeta a «liquidación de gastos a justificar a la finalización de la producción». El presupuesto de las campanadas

fue de 248.466 euros entre recursos externos y la valoración de la utilización de recursos internos, que correspondería a medios propios y personal.

La cifra supera a la de los anteriores presentadores de las campanadas, como Jenni Hermoso, que fue finalmente 11.000 euros. El presidente justificó el salario de Broncano y Lalachus así como su elección sobre ellos alegando

que las campanadas de fin de año son «un contenido muy significativo y popular, que se emite en franca competencia con otros canales». También reivindicó la figura de ambos a través de su respuesta escrita a la pregunta formulada por el grupo parlamentario de Vox. Broncano fue elegido por, según López, haber «transformado el panorama audiovisual en España». Lalachus por ser «una buena colaboradora de 'La Revuelta'» y por reivindicar «la presencia femenina más allá de los estándares normativos».



Lalachus y David Broncano en las campanadas de La 1 // RTVE

MEET THE TIKTOK RIVAL THAT GAINED MOST FROM U.S. BAN – AND IT'S NOT REDNOTE

BY JESSICA CHEN

f x q p t +

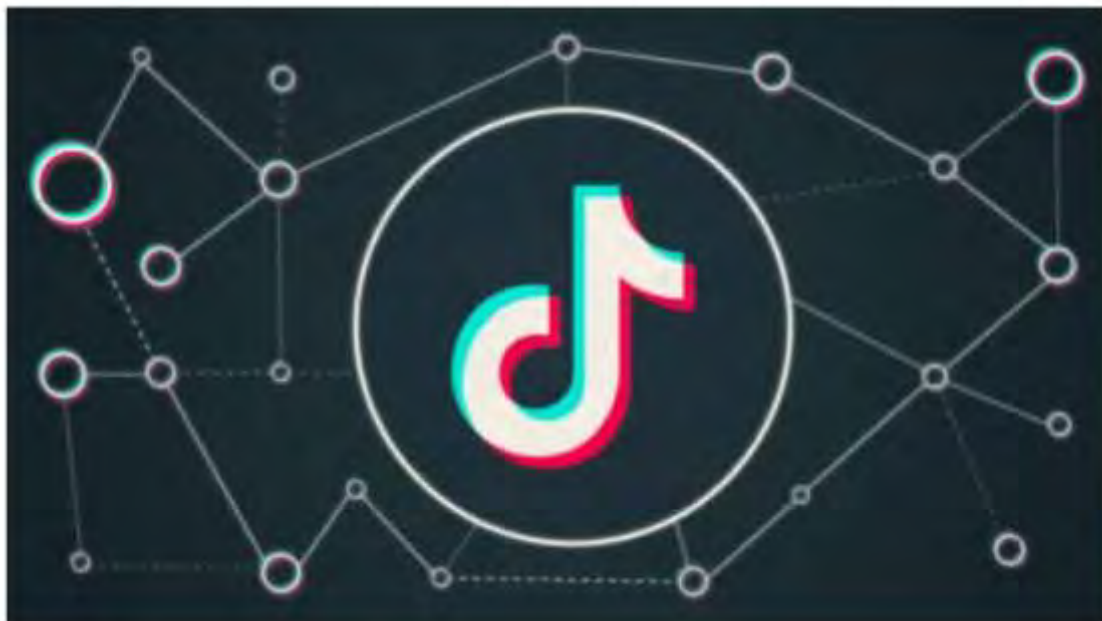


ILLUSTRATION: VARIETY VIP+

In this article

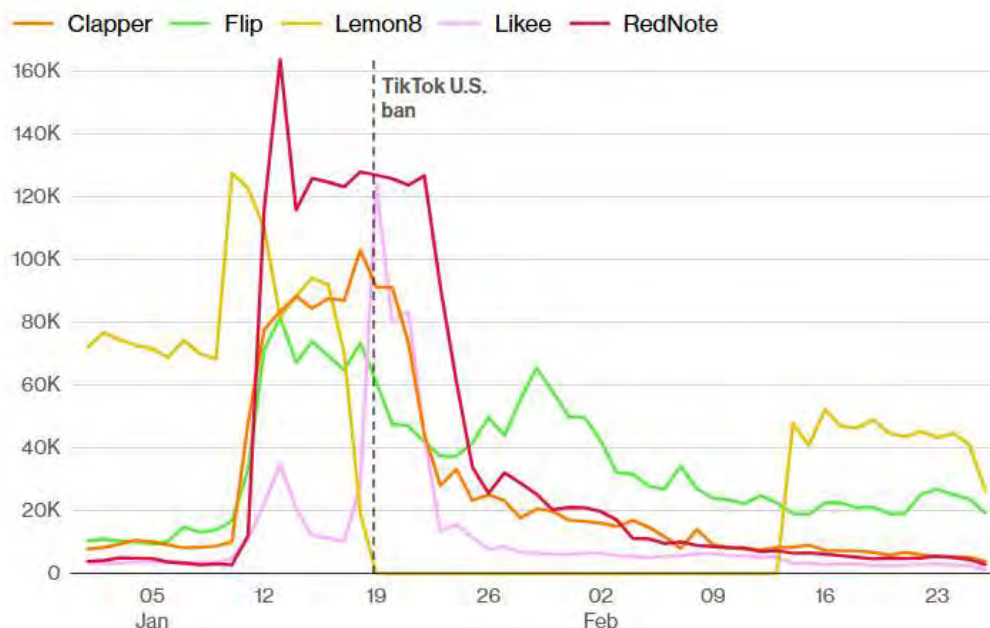
- » Following TikTok's U.S. ban (and un-ban), RedNote and other rivals didn't catch on with consumers in the long term
- » The only app that has sustained post-ban growth is Flip, an emerging platform in the growing social commerce world
- » While others have fallen back to pre-ban numbers, Flip racked up an average usership 119% higher than this time last year

It's been over a month since TikTok's short-lived government-mandated ban cleared a path for a crop of would-be rival apps to pop up on the radar of U.S. consumers. But with an extension deadline on the ban looming in early April, the data shows they've all since come and gone — except for one dark horse alternative.

Chinese social video platform RedNote, TikTok owner ByteDance's other video platform Lemon8 (which was also banned), slightly tweaked takes on TikTok-like Clapper and Likee and social commerce app Flip — more akin to TikTok Shop or LTK — greatly benefited from TikTok's 14-hour shutdown on Jan. 19, according to app download data via Appfigures. But all their growth failed to sustain through February.

U.S. Downloads of Select TikTok Competitors

Data spans Jan. 1 - Feb. 26, 2025



Source: Appfigures; chart: Variety Intelligence Platform
Note: Daily totals include App Store and Google Play downloads

Of course, TikTok's banishment didn't even last a full day, but that didn't result in the other apps immediately plummeting in downloads. RedNote, which gained media attention in particular as American TikTok refugees started joining the app in droves, saw daily downloads in the 120K range for a few days post-unbanning, before plummeting from 126.7K on Jan. 22 to 25.5K four days later, a 79.9% decrease.

The TikTok clones saw a similar pattern of a delayed decrease following the ban reversal, whether that be due to word of TikTok's return still getting out, people being put off by TikTok praising President Trump in its return announcement or a mixture of both.

The one "winner," if going by the virtue of ending February with higher daily downloads than the start of the January, is Flip. After the initial ban-fueled surge and lull, the app's downloads started trending upward again in late January, giving it some of the highest daily downloads of the bunch for February.

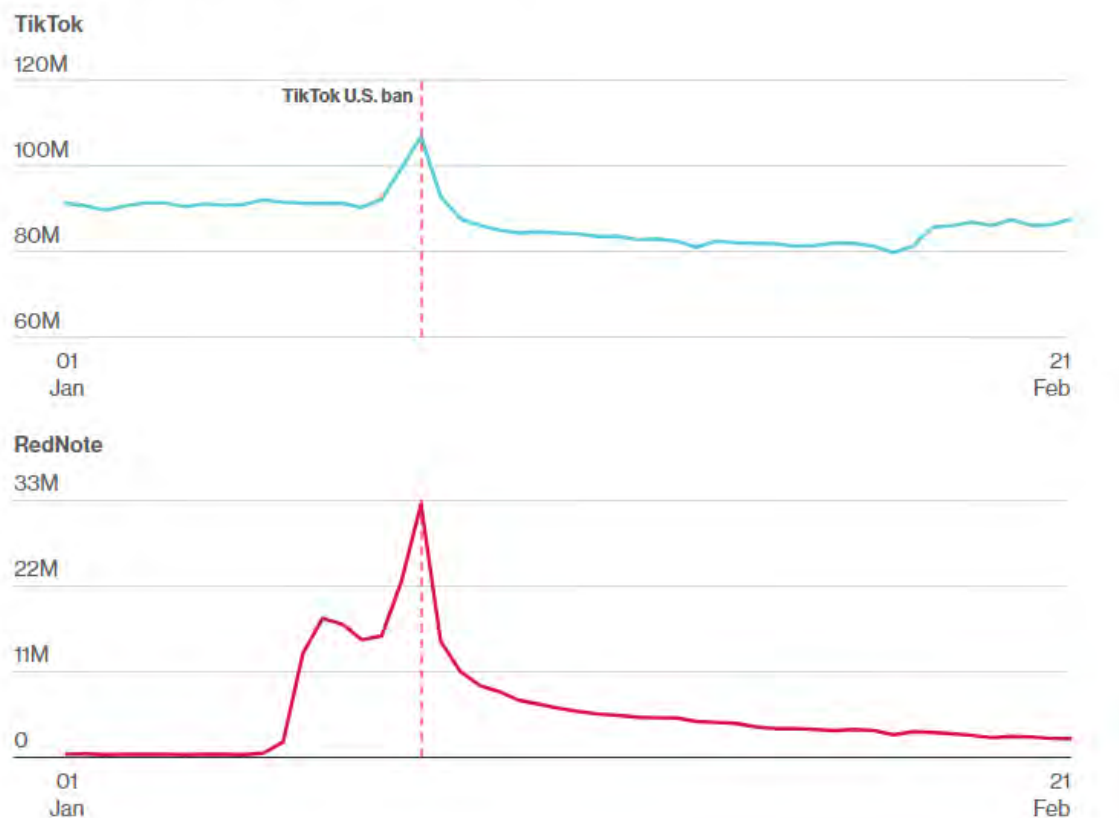
Flip is currently drawing around 20K daily U.S. downloads into late February, after starting the year in the 10K range. Still, its trajectory is still trending downward like the other TikTok copies, if at a slightly slower rate.

Of course, app downloads don't necessarily translate into usership — for instance, a good amount of people may have downloaded RedNote in anticipation of TikTok's ban but haven't used it since.

Thankfully, U.S. daily active user data courtesy of digital market intelligence company Similarweb shows that, like downloads, much of the TikTok competitors' January momentum didn't carry on through February.

U.S. Daily Active Users: TikTok vs. Competitors

Data spans Jan. 1-Feb. 21, 2025



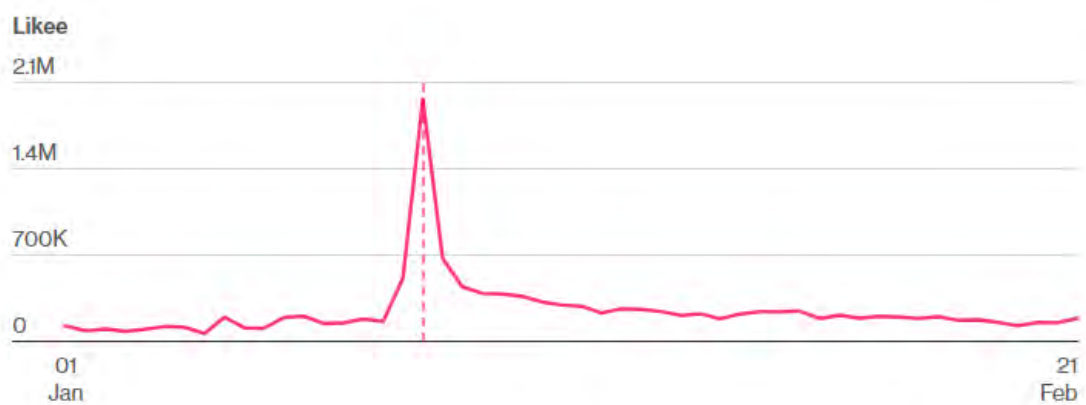
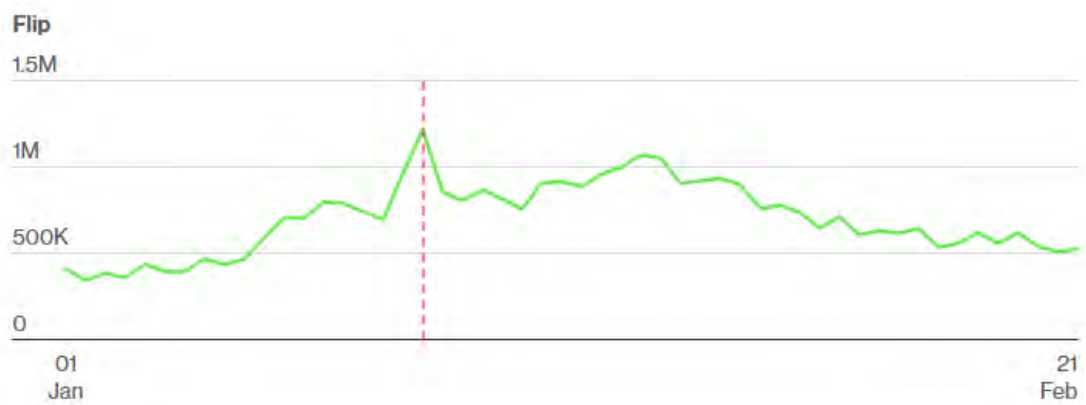
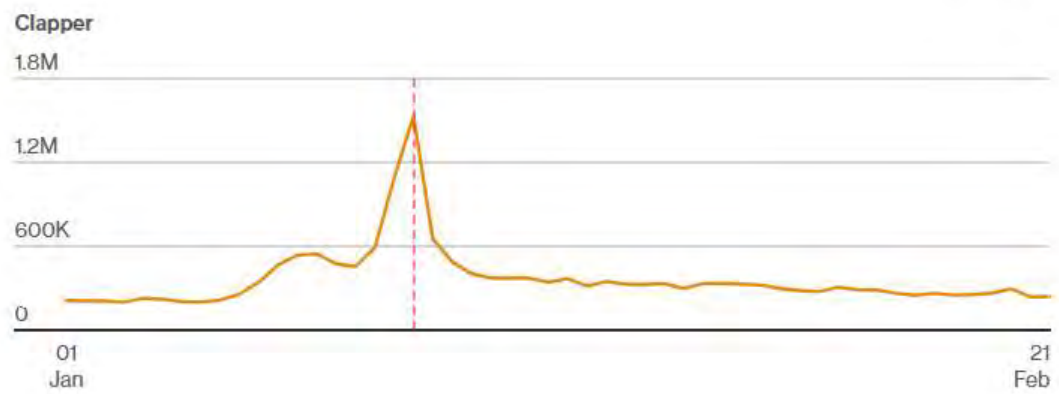
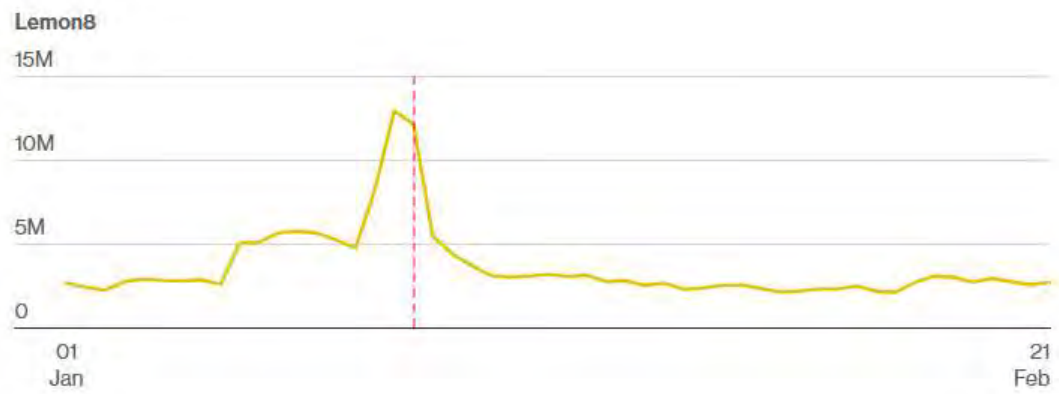


Chart: Variety Intelligence Platform ; Source: Similarweb
For more data, visit [VIP+](#)

As Similarweb noted in its own analysis, RedNote active users fell by 54% Jan. 19-20, although usership by the end of the month was still higher than at the start despite the drop (1,162.6% increase from Jan. 1 to Feb. 1). Likee, Clapper and Lemon8 concurrently saw similar drops on Jan. 20, but their DAUs fell back to around the same levels as the start of the year.

But once again, it seems Flip is walking away from this race somewhat of a winner. While its regular daily usership and spike on Jan. 19 are both the smallest of the group, it's the only non-TikTok platform whose DAUs were trending upward going into February and is ending the month with higher usership than pre-ban levels.

Flip saw 907K active users on Feb. 1, a 119% increase from the 413K users it had on Jan. 1. While that petered off as February went on, it's still holding strong above 500K DAUs heading into March.

There may be a few reasons behind Flip's stronger performance despite not getting the same press as RedNote. Founded in 2019 by tech entrepreneurs Noor Agha and Jonathan Ellman, the Los Angeles-based platform was already gaining attention before the ban (and predates TikTok Shop by a few years) in the rapidly growing world of social commerce.

Its premise is straightforward but effective: Instead of users making short videos about anything, Flip users can upload video reviews of products they buy through the app and earn money through said content. The platform has a strong vetting process for merchants on the app, places greater emphasis on video review content from actual customers and outright prohibits paid influencer content from companies, all of which address common criticisms of TikTok Shop.

The hype surrounding the TikTok ban may have made more people aware of alternatives, and Flip's improvements on the shopping aspect of TikTok may have convinced some to stick around compared with the more one-to-one TikTok clones. But while Flip still has to contend with the post-ban declines as the other TikTok clones, it so far has more time to turn around the momentum.

Ironically, the biggest winner of all from all the ban was TikTok itself, which saw a year-long high of 107 million active users on the day of its ban, before seeing DAUs adjust back to roughly the same levels as before the ban.

Ultimately, as long as TikTok's lights stay on stateside, those that want to compete with the app (and already aren't social media giants à la Meta and YouTube) will have to take Flip's lead and find genuine ways to innovate and improve upon the formula. But even then, it's unlikely that any new platform will encroach on TikTok's massive reach anytime soon without intervention — government, divine or otherwise.

TECHNICAL NEEDS TO ESTABLISH LICENSING FOR AI TRAINING

By Eric Lipton

f X Q P t +

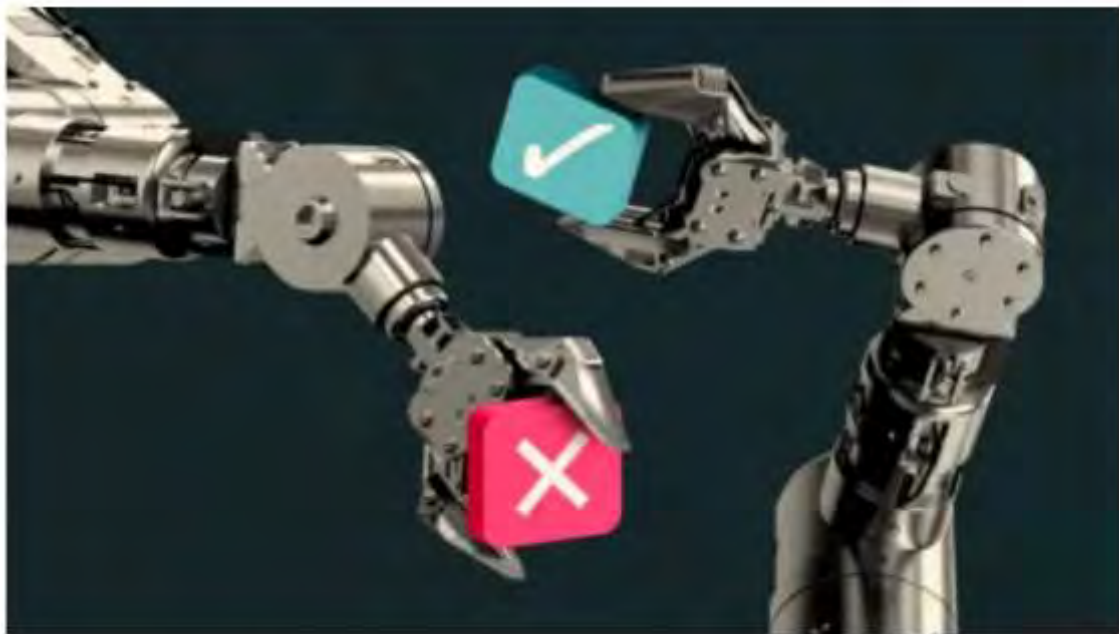


PHOTO ILLUSTRATION: VARIETY VIP+ ADOBE STOCK

IN THIS ARTICLE

- » Most content licensing deals to train AI models since 2023 have been relatively limited in scope and scale
- » To broaden licensing, rights holders need new technical methods to control access to their content assets and attribute use
- » AI laws may also require better machine-readable means to allow content owners to opt out content from AI training

Note: This article relates to the March 2025 VIP+ special report “AI Training — Consent & Content,” available only to subscribers.

Despite a still unsettled legal environment, 2024 saw the first stirrings of a commercial licensing market between AI companies and rights owners for the use of copyrighted works to train generative AI models. Nearly three dozen content licensing deals were announced or reported by the

end of 2024 involving rights owners in the U.S., Canada and Europe, according to VIP+ tracking.

While encouraging, at least from rights owners' perspective, the deals so far have been limited in scope and scale, raising questions as to how widely the model those deals have followed can be applied beyond their immediate reach.

Most of the content licensing deals announced so far have had a few characteristics in common:

1. Direct, one-to-one: In nearly all cases, the deals announced in 2024 involved a single publisher and a single AI developer. Given the volume of data even small AI models need to train on, such direct, one-to-one deals are likely to prove impractical as a general approach to AI licensing. Even confining such licensing to professionally produced content, where the creator and owner can readily be identified, tens of thousands of individual licenses would be required to encompass the full scope and diversity of data needed to train LLMs.
2. Limited windows: The deals announced so far are also for relatively limited windows, on the order of 2-3 years. That leaves open the question of what happens after the data have been ingested and baked into a model and the deal term expires. Unless a developer agrees to retrain the model without the data covered by the expired license, the value of that data has been incorporated into the model in perpetuity, and its developers can continue to profit from its use without incurring additional license fees.
3. Unlimited use: More critically, most, if not all, licensing deals to date have been blanket agreements for the unlimited use of a catalog of works to train AI models during the term of the deal. The agreements contain few, if any, provisions for measuring how much weight a model gives to any particular work, for tracking the frequency at which the vectors derived from a work are used in generating outputs or any other metric that might serve to quantify the value of a work or library of works to the model.

For a more robust, sustainable and broad-based licensing system to evolve — one that could enable participation by rights owners beyond the tier of large publishing, music and image archives capable of engaging directly with technology companies — at least three key technical capabilities will need to be in place:

- A machine-readable means to unambiguously identify a piece of content and to map that identification to the content owner;
- Tools that effectively control access to and collection of copyrighted content at the asset (unit) level, rather than exclusively at the source (domain) level;

- The means to track, measure and properly attribute the use of a piece of content by and within an AI system.

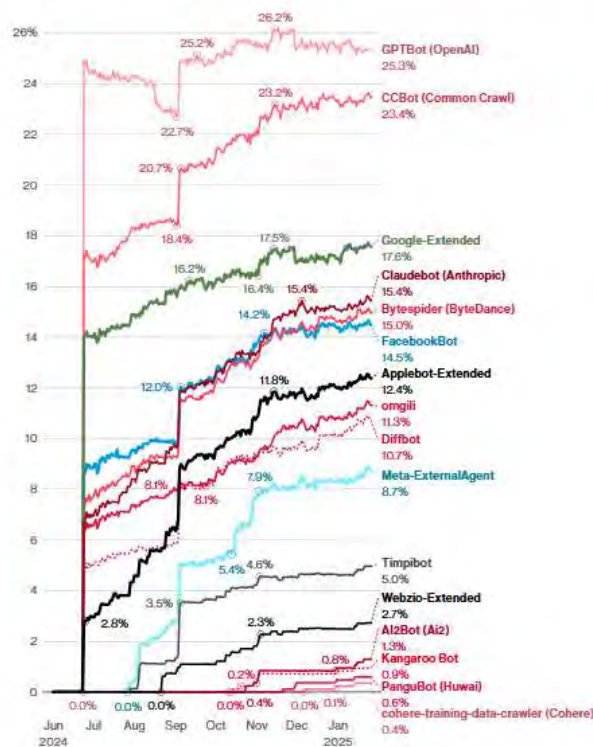
All of those systems will also need to operate at a machine-to-machine level, so the processes they manage can be automated sufficiently to handle the volume of works involved. These systems will further need to be standardized under one or a limited number of technical methodologies to ensure broad adoption.

As lawmakers take positions on AI training, they have begun to encourage developments on the technical side that some expect will be needed. Several jurisdictions — notably the EU and the U.K. — have begun to coalesce around an “opt-out” standard as part of a larger permissive stance on online data scraping and the use of copyrighted works to train AI models.

Most notably, the EU AI Act stipulates that such a reservation of rights must be in a machine-readable form to require compliance by AI systems. Laws modeled on the AI Act include a similar requirement.

Rights owners generally object to the opt-out legal standard on grounds that it inverts the traditional copyright model by placing the burden to comply on creators rather than on those who wish to use or exploit their copyrighted works.

Websites Blocking Known AI Data Scraper Bots In Robots.txt
Share of top 1,000 websites restricting each bot in their robots.txt files



Source: Dark Visitors, January 2025; note: includes the 16 bots known to crawl and scrape web data for AI training. Dark Visitors started tracking in June 2024

Apart from the impracticality of opting out of all AI systems individually, the machine-readable opt-out requirement also leaves the industry with a significant technical challenge.

There are yet still no “widely used industry [technical] standards to identify and comply with” machine-readable expressions of rights reservations, as stipulated in a draft version of the EU AI Office’s code of practices for AI developers.

The lack of any such standards and systems has spurred technology developers, entrepreneurs and rights owners themselves to develop machine-readable tools and systems to enable opt out of AI training.

[HOME](#) > [MOVIES](#) > [MOVIES FEATURES](#)

Andrew Cripps Named Disney's Head of Global Theatrical Distribution

The veteran executive landed the plum assignment weeks after recently departing Warner Bros.

By **Pamela McClintock** March 3, 2025



Andrew Cripps Josh Telles/Warner Bros. Discovery

That didn't take long. Just week after leaving Warner Bros., Andrew Cripps has landed at Disney, where he'll succeed Tony Chambers as head of theatrical distribution.

He'll begin the gig March 3. The position opened up after Chambers was elevated to overseeing Europe, the Middle East and Africa as part of a major restructuring of how Disney operates businesses in the region.

Cripps is a veteran distribution exec who has worked at 20th Century Fox and Paramount. In his new role, he'll be responsible for worldwide theatrical distribution for all films produced and released by Walt Disney's seven banners: live action, Pixar Animation Studios, Walt Disney Animation, Marvel Studios, Lucasfilm, 20th Century Studios and Searchlight. His purview will also include the Cinema Partnerships team, non-theatrical sales and the operation of the iconic El Capitan Theatre in Hollywood

For much of his studio career, Cripps handled the international side of the aisle, including serving as president of international distribution for Warners since 2019, where he was responsible for the international theatrical distribution of all movies from Warner Bros., New Line, DC and the Warner Animation Group. Titles included Barbie, the Dune movies, Joker and Wonka. In addition, he was also responsible for the distribution of films from MGM in all international markets.

Prior to that, he served as president of international theatrical distribution for 20th Century Fox, where he worked on Bohemian Rhapsody. He was also the London-based president of International for IMAX and executive vice-president of the IMAX Corporation. (Cripps moved his family to L.A. several years ago, but still keeps his longtime home in London.)

He'll report to Cathleen Taff, President of production, franchise management and theatrical distribution at Disney Entertainment.

"Andrew is one of the most highly respected distribution executives in the industry with a deep understanding of the evolving marketplace and a passion for bringing films to audiences around the world," said Taff. "Having known him for several years, I'm thrilled he's joining our team and have no doubt that his strategic vision and many years of expertise will be invaluable as we continue to deliver exceptional storytelling experiences on the big screen."

Added Cripps, "I'm absolutely thrilled to be joining Alan Bergman, Cathleen Taff, and the entire team at The Walt Disney Studios. The work they've accomplished year-after-year is nothing short of inspiring, and I'm excited for the opportunity to contribute to that incredible momentum and help build for the future."

Cripps was born in Sri Lanka, brought up in Japan and went to the Georgia Institute of Technology where he received a BSc in Industrial Management and went on to get an MBA in International Business at Georgia State University. He is a member of British Academy of Film and Television Arts and the Academy of Motion Picture Arts and Sciences.

Disneys' slate for the remainder of the year includes Snow White, Lilo & Stitch and Freakier Friday; Pixar's Elio; Marvel Studios' Thunderbolts and The Fantastic Four: First Steps; Walt Disney Animation Studios' Zootopia 2; and 20th Century Studios' The Amateur, Predator: Badlands and Avatar: Fire and Ash.

Despite Underwhelming Start at London Stock Exchange, Canal+ Group Posts Solid Full-Year Results and Pursues MultiChoice Acquisition Now Set for October

By Elsa Keslassy



©Focus Features/Courtesy Everett

French TV outfit Canal+ Group unveiled on Tuesday solid full-year financial results for 2024 and plans to pursue its international M&A strategy, even though its market value has dropped drastically (to an estimated \$2.1 billion) since being listed as standalone entity by its parent company Vivendi at the London Stock Exchange.

Canal+ posted total revenues of €6.45 billion (\$6.8 billion), a 3.6-percent increase on 2023 while its EBITA was up by 5.4% to €503 million (\$529 million). The pay TV group is also still on track to complete its acquisition of MultiChoice, the leading PayTV operator in English and Portuguese-speaking Africa, which was initially planned for April and has now been delayed by six months (to Oct. 8) due to local regulations.

Enders' senior analyst Francois Godard said the Canal+'s full-year result confirm that it's a "value stock," but that "it's not a company that will see tremendous growth."

"When you see tech companies who are posting 20% growth every year, that's not what Canal+ is doing and that's never been what they promised. Their reputation is built on the fact that they're a solid company, which is built on a viable, cost-effective economic model that brings a slow but steady growth."

Godard suggested that Canal+ may take longer than expected to find its footing at the London stock exchange because "it's unlike any other listed media group." "There are no comparisons and it's difficult to explain the potential of their strategy because a lot of people are concerned about cord-cutting and don't necessarily understand the value in aggregation," says Godard. Ultimately, it requires some thoughts and long-term forecasting that investors don't always seek," he continued.

Maxime Saada, Canal+ Group CEO, meanwhile, addressed the outfit's underwhelming start at the London stock exchange in an interview with The Financial Times on Tuesday, arguing that the group "was not in a hurry," and said it was a "three-year story." Saada also highlighted the company's global ambitions in a statement that came along with the financial results, noting that Canal+ is on track to reach 50 to 100 million subscribers, and singled out the ongoing acquisition of Multichoice as "transformative" for the banner's growth. Saada said the company's net debt of 355 million euros (relatively modest for a company of the size of Canal+), allows it to complete the takeover of Multichoice as it seeks to tap into Africa's rising market.

The continent is showing "all key drivers for PayTV growth," Saada said, mentioning "the demography, with 2 billion population expected in 2050 from 1.2 billion today in Sub-Saharan Africa; GDP with 4.5% expected for the next five years; and penetration of electricity."

The six-month delay in the completion of the Multichoice acquisition isn't due to regulatory concerns as anti-trust authorities have already given their green light, but due to local regulations.

Saada said he expects "significant synergies, particularly across the largest cost bases of both companies, namely content acquisition and technology. Elsewhere, Canal+ has also upped its stake to 29.3% in the Scandinavian streaming service Viaplay and has increased its stake to 37.2% in the multi-territory Asian video streamer Viu, which an option to increase it.

Content-wise, Saada has pointed out the company has just signed a three-year agreement with French guilds to invest more than \$500 million in French and European cinema (down from €600 euros during the three years prior), and is pursuing its aggregation strategy through its output deals with U.S. studios, along with distribution pacts with streaming services such as Netflix and Max. These pacts allow streamers to attract subscribers through the Canal+ package that's

accessible on French set-top boxes, which in turns benefits commercially Canal+. The latter previously had a deal with Disney+ that recently came to an end. Disney+ went on to negotiate separately with French guilds to commit to invest roughly €40 million per year in French movies for the next three years and access films nine months after their theatrical window. Due to its high level of investment in local movies, Canal+ has access to newly-released films six months after release in theaters, ahead of all other players in France.

Canal+ is also home to French production-distribution powerhouse Studiocanal which runs direct distribution operations in France, the U.K., Germany, Poland and Australia/New Zealand. The banner just successfully released "Bridget Jones: Mad About the Boy" in theaters.

Last year, the company had some major hits with the Amy Winehouse movie "Back to Black" which topped charts in 8 countries, and "Wicked Little Letters" which became Britain's highest grossing independent comedy since 2021. In France, meanwhile, Studiocanal released Gilles Lellouche's crime romance "Beating Hearts" which became the studio's highest-grossing film ever (and biggest investment) in France selling almost 5 million tickets.

Studiocanal also released last year "Paddington in Peru" which grossed \$170 million in worldwide box office to date, bringing the total box office for the "Paddington" trilogy franchise close to \$700 million. More "movies, series, stage shows and immersive experiences" are expected to come out of the franchise, Saada said.

On the TV front, Studiocanal delivered the international series "Paris Has Fallen," based on the "Has Fallen" movie franchise, on its pay TV channels, as well as on Amazon Prime in the U.K. and Hulu in the U.S. and has announced that a second season is now shooting in the U.K..

Studiocanal, whose library spans over 9,400 titles, is currently developing several franchise movies based on its IP's, including a new "Evil Dead" movie and a reboot of "Escape from New York." The new "Evil Dead" spin-off movie will be directed by Sébastien Vaniček ("Vermine").

[HOME](#) > [BUSINESS](#) > [BUSINESS NEWS](#)

Canal+ Ends 2024 With 26.9M Subs and Eyes “Active M&A Strategy”

The company is “firmly on track to reach 50-100 million subscribers, says CEO Maxime Saada, touting the importance of cinema and confirming a second TV season of the ‘Has Fallen’ franchise.

By [Georg Szalai](#) March 3, 2025



Canal+ CEO Maxime Saada Courtesy of Canal+

Canal+ Group, which also houses film production and distribution arm StudioCanal and was recently spun off by Vivendi, reported its full-year 2024 results on Tuesday, ending the year with 26.9 million subscribers in 52 countries across three continents, up slightly from 26.8 million as of the end of 2023, as revenue and earnings rose.

Revenue rose 3.6 percent to €6.45 billion (\$6.77 billion), with EBITA up 5.4 percent to €503 million (\$528 million). The company also highlighted “a very limited debt level of €355 million (\$372 million), which will allow Canal+ to pursue its active M&A strategy.”

A 2.5 percent subscriber gain in Africa and Asia outweighed a 0.7 percent drop in European markets to help the company grow its total user base by 118,000 for the year.

Said CEO Maxime Saada: "2024 was a pivotal year for Canal+. I am thrilled to confirm that Canal+ is now firmly on track to reach its ambition to become a global media and entertainment leader with 50-100 million subscribers. Key milestones were reached on the production and distribution of globally appealing content, on the integration of new assets Dailymotion and GVA, and on the ongoing acquisition of Multichoice, the African pay-TV leader. With solid financials in 2024, a sound balance sheet, a new focus on cash generation, Canal+ certainly has the means to support this ambition and to deliver strong value to our shareholders going forward."

He also discussed content successes. "In 2024, Canal+ repeatedly demonstrated its ability to produce globally appealing content. Studiocanal, our in-house studio, broke box-office records all over the world. Back to Black topped charts in eight countries and Wicked Little Letters became Britain's highest grossing independent comedy since 2021," the CEO said. "Beating Hearts was Studiocanal's highest-grossing film ever in France selling almost 5 million tickets. Paddington in Peru was successfully released, garnering 170 million dollars in global box office to date, bringing the total box office for the Paddington trilogy franchise close to \$700 million, paving the way for new movies, series, stage shows and immersive experiences. More recently, global box-office success, Bridget Jones: Mad About the Boy proves once again that the Bridget Jones franchise continues to resonate with audiences worldwide."

Also, Studiocanal launched a new label dedicated to genre movies, Sixth Dimension, and unveiled its first project, the reboot of Silent Night, Deadly Night.

"Studiocanal's first-ever global TV series Paris Has Fallen, based on the successful Has Fallen movie franchise, was a smashing success in all Canal+ PayTV territories, as well as on Amazon Prime in the U.K. and Hulu in the United States," said Saada. "It will naturally be followed by a second season now shooting in the U.K.," he confirmed previous expectations, without sharing more details.

Studiocanal is also currently developing "numerous franchises based on IPs owned by Canal+, such as a new Evil Dead movie and a reboot of Escape From New York or the next live-action Astérix movie whose beloved European brand with revenue-generating characters is owned by the Lagardère group," the CEO added.

Saada also highlighted on Tuesday: "Cinema is the number one driver of subscriber acquisition, retention and satisfaction for Canal+. Which explains why, in addition to Studiocanal productions, and numerous output deals signed with U.S. studios, Canal+ is the leading industrial and financial partner of local cinema in territories where it operates and where domestic cinema is strongest, notably France, Africa and Poland. This strategy enables Canal+ to secure access to the most successful domestic productions." He also touted the firm's "leading role in African cinema."

DEADLINE

NEWS

Canal+ To Invest At Least \$500 Million In French Films Over Three Years Under New Agreement With Guilds

By Jill Goldsmith March 3, 2025 12:57pm



France's Canal Group has signed a new agreement with French cinema guilds that calls for an investment of at least €480 million (\$503 million) over three years and other measures.

In return, Canal+ and Cine+ OCS — a family of pay-TV networks — will retain its ability to broadcast films as early as six months after theatrical release. The agreement allows Canal to increase the number of linear film broadcasts and extend the non-linear broadcast period.

The renewable three-year deal, which had a rocky path, takes effect retroactively from January 1.

The Canal Group has committed to €150 million in 2025, €160 million in 2026 and €170 million in 2027. The total is down from over €600 over the previous three years.

Canal, a critical partner for the French film industry, is also boosting its commitment to smaller productions with budgets of less than €4 million, and will continue to promote and showcase all types of film from popular comedies and blockbusters to genre, animation and auteur projects.

“With this agreement, the Canal+ group thus reinforces its essential role as the leading partner of French cinema and its ability to leverage its framework agreements with major American studios in the first window six months after their theatrical release,” the company said Monday. “It also maintains its ability to offer the best of French and European cinema. Cinema is the primary motivation for Canal+ subscriptions, and the group is proud to perpetuate its central role in the creative ecosystem and in preserving the French cultural exceptionalism.”

FINANCIAL TIMES

Media

Canal+ boss has no regrets over London listing

French broadcaster posts higher revenue in first results since UK listing last year



The group's revenue growth was buoyed by successes from its film studio arm and an increase in direct subscriptions © REUTERS

Daniel Thomas in London MARCH 4, 2025

The boss of Canal+ has said that the French media group does not regret picking the London stock market despite a sharp drop in its market value since listing in December.

Maxime Saada, chief executive of the Paris-based group, said he had expected selling pressure to weigh down the stock — given the need for some French shareholders to exit after it was spun out from parent company Vivendi — but “not this low”.

Shares in the group opened trading in London last year at about 290p, below the level some analysts had expected, and have since fallen to 173p, giving it a market value of £1.7bn. That makes it smaller than British broadcaster ITV, which is worth about £2.7bn despite having lower revenues than its French rival.

Saada said the company had no regrets about its decision, however, adding that new UK and US investors were starting to appear in the shareholder register. “We are not in a hurry”, he told the Financial Times. “It’s a three-year story”.

He said some investors were also waiting for the completion of a “transformational” deal to acquire MultiChoice, the African pay-TV company, which would enable Canal+ to give better forward-looking guidance. The transaction is expected to be finalised later this year.

Saada said the group was not seeking any large-scale M&A while it waited for the MultiChoice deal to complete. He added that he was not interested in buying ITV Studios, the TV production arm of the British broadcaster that has attracted interest from private equity groups and other rivals.

In its first set of results since listing in London, Canal+ on Tuesday reported a 3.6 per cent rise in revenue to €6.45bn in its 2024 financial year, buoyed by successes from its film studio arm, as well as a rise in direct subscriptions. Earnings before interest and taxes before exceptional items rose 5.4 per cent to €503mn, at a 7.8 per cent margin.

The group said on Monday it had struck a deal with France’s cinema industry that will enable it to remain the only pay-TV company to broadcast films six months after their theatrical release in the country.

Canal+ will pay a minimum of €480mn over the three-year term of the agreement to support French films, compared with €220mn per year previously, after Disney+ secured a deal that enabled it to broadcast its films and other French productions on its streaming platform nine months — rather than 17 — after their theatrical release.

Other US streamers are held back by more than a year before they can show movies that have been in the cinema.

Studiocanal, the group’s studio arm, also released several successful films last year, including Amy Winehouse’s biopic *Back to Black*, *Wicked Little Letters* and *Paddington in Peru*, which has taken more than \$160mn in global box sales so far.

However, the group’s revenues are expected to be impacted this year by its decision to remove its paid channels from terrestrial TV in France, as well as the termination of several third-party content contracts in the country, including Disney.

Saada said the company would be focused on cash generation in future, with bonuses for the management to be redrawn to have stronger links to cash and earnings.

HOME > BUSINESS > BUSINESS NEWS

Warner Bros. Discovery's Max to Launch in Turkey and Replace BluTV on April 15

Turkey becomes the 77th Max territory and "marks a significant moment in the globalization of WBD's streaming service," the company said, reiterating that it will increase its investment in local productions.

By Georg Szalai March 4, 2025



Max Courtesy of Warner Bros. Discovery

Warner Bros. Discovery said on Tuesday that its streaming service Max will launch in Turkey on April 15 as streamer BluTV, which it acquired at the end of 2023, “will evolve into Max, an advanced global platform with enhanced features and functionality, leveraging BluTV’s local storytelling power and combining it with an even richer lineup of content.” It reiterated that it will increase its investment in local productions.

Turkey becomes the 77th Max territory and “marks a significant moment in the globalization of WBD’s streaming service that now has 116.9 million subscribers after adding 6.4 million in the fourth quarter of 2024,” WBD said. “As one of the most populous countries in the EMEA region, with more people than Germany, U.K., or France, the launch in Türkiye presents a major opportunity to entertain and engage millions of new fans with high-quality content across film and television from WBD’s world-class studios.”

The anticipated season 2 of Turkish hit series *Magarsus*, which is a *Succession*-type show set in the world of the citrus fruit business, premieres this Thursday on BluTV, with upcoming episodes released weekly. "The season's final two episodes of the BluTV original will then land exclusively on Max" on April 17 and 24, the firm said. "Signaling the upcoming transition of this beloved drama from BluTV to a new home on Max, a *Magarsus* family portrait commissioned by celebrated Turkish artist Ethem Onur Bilgiç was seen being collected by removal men after a *Magarsus* screening in Istanbul today."



In a promotional stunt for 'Magarsus' and Max, a portrait of the family featured in the Turkish original series was removed on Tuesday as it is set to move from streamer BluTV to Max in mid-April.

Said Jamie Cooke, general manager CEE, MENA and Türkiye at Warner Bros. Discovery: "Türkiye is a key market as we take Max global By combining the best of BluTV's content together with the global content from Max and its enhanced global platform, we're not only improving the user experience, but also offering the subscribers much more to choose from. This marks a significant and exciting milestone in fully integrating BluTV into Warner Bros. Discovery's global portfolio."

BluTV and Hepsiburada, a Turkish e-commerce brand, established a strategic partnership in 2022, granting Hepsiburada Premium members access to BluTV. "As BluTV transitions to Max, Hepsiburada Premium members will continue to enjoy access to the enhanced platform," WBD highlighted on Tuesday.

DEADLINE

NEWS

How 'Yellowstone' & The Taylorverse Helped SkyShowtime Muscle Into Europe's Crowded Streaming Market

By Stewart Clarke March 4, 2025 6:06am



'Yellowstone' is on SkyShowtime SkyShowtime

EXCLUSIVE: Taylor Sheridan has helped SkyShowtime establish itself on the European streaming stage. CEO Monty Sarhan says Sheridan's shows have given SkyShowtime a serious leg-up in the two years since it launched, and as it looked to persuade consumers in over 20 territories to part with cash for a new subscription service.

"We see why people subscribe, what they come in for, and what they watch once they're subscribers," Sarhan says. "The Taylor Sheridan shows, the Taylorverse, is a huge driver. *Yellowstone* has been the biggest driver of subscriber acquisition for us since launch and it remains the case today."

As the upstart service marks its second anniversary, Sarhan reflects on the story so far and looks ahead at what's to come in an exclusive interview with Deadline. As well as giving the low-down on the impact of the juggernaut U.S. series, he shares news of the SVoD's plan to bring a channels type service to subscribers.

Yellowstone & Jackal

If content is king, it helps to go out of the gate with films and series from two U.S. majors in the shape of Paramount Global and NBCUniversal. SkyShowtime is co-owned by Paramount Global and NBCU parent Comcast and has rolled out in Europe where neither of those has a standalone streaming service.

It gets all films from Universal Pictures and Paramount Pictures – which is a chunky proportion of Hollywood box office – as well as series from Paramount+, Nickelodeon, Sky Studios and Peacock.

Yellowstone is a key attraction for subs, but Sarhan highlights the wider selection from the Sheridan stable. “It’s really the *Yellowstone* universe, because there’s *Yellowstone*, there’s *1883*, there’s *1923* and there are things that are adjacent and complementary, like *Landman*.”

His take on the European success of the U.S. shows is simple: “They’re big, glossy, well-shot soap operas, and they just draw in an audience. For some of our markets in Europe, they’re emblematic of everything that people think the United States stands for, sweeping shots of Montana and cowboys on horses. It taps into what people think about America and strikes a really important chord.”

The universe is expanding: “Hopefully *The Madison* is going to be a great spin-off and drive even more growth for us,” adds Sarhan.



Eddie Redmayne in 'The Day Of The Jackal' SkyShowtime

Sky and Peacock series have also moved the dial. Eddie Redmayne-starrer *The Day of The Jackal* “was our best new series premiere in our history, and over 25% of all subscribers watched,” Sarhan reports.

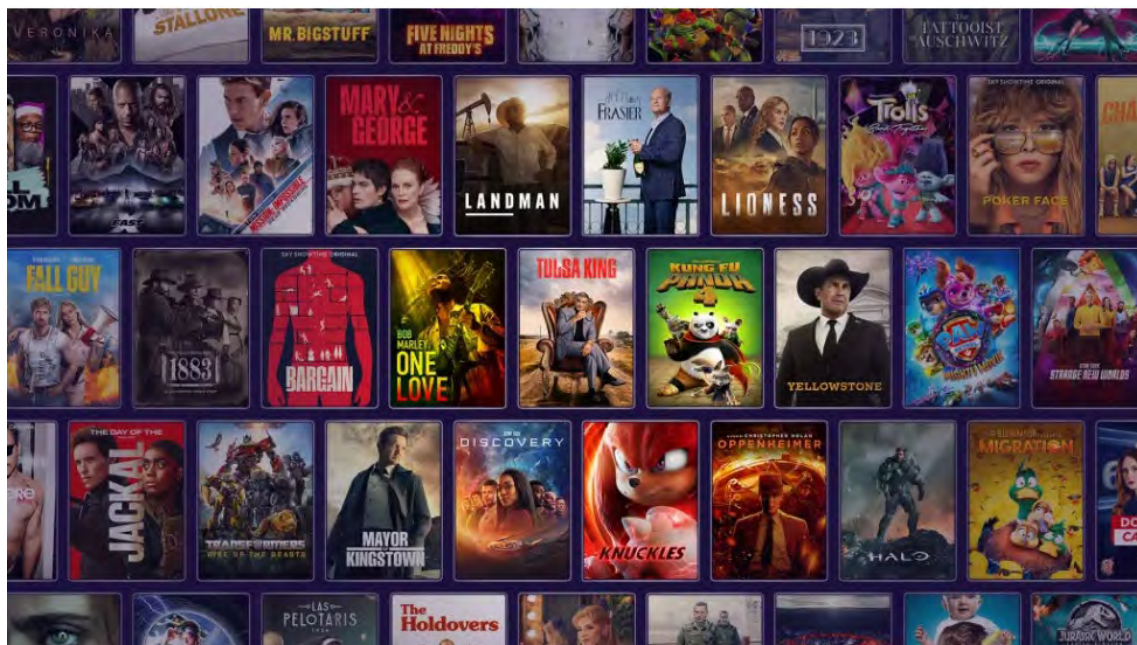
Sarhan is at Sky’s west London HQ when he talks to Deadline, but SkyShowtime’s 250 employees are spread across eight European offices.

“What makes us unique is that we were created for Europe. A lot of global streamers may view our territories as flyover markets, but these are our home markets. We were created specifically for them. That’s a big difference in our approach and how we think about things.”

With services in the Nordics, the Netherlands, Iberia and Central & Eastern Europe, SkyShowtime has set up across countries with contrasting cultures and consumer behavior. It means working in 18 different languages and subtitling or dubbing all international content.

The various markets are also at different stages of growth. “In the Nordics, there are almost four subscriptions per household, you have cord cutting and it looks very much like the U.S. or the UK,” Sarhan says. “In Central and Eastern Europe linear television is still popular, and in some cases growing, and you have about one and a half subscriptions per household. Spain and Portugal are somewhere in the middle.”

The war in Ukraine started before SkyShowtime rolled out and the impact was being felt across Europe with inflation spiking in many countries. “All of a sudden, we had double-digit inflation in many of our markets and you have to be sensitive to what consumers are going through,” Sarhan says. “We launched with a headline price that was better than Max, better than Disney and better than Netflix. That was a deliberate choice; we were talking about value from the start and we continue to talk about that.”



SkyShowtime

Pricing options now span ad-free, ad-supported and a premium tier without ads and that allows subs to stream to multiple devices and watch in ultra HD. “We’re the only streaming service to have three plans across all markets,” Sarhan says. “We want to give consumers different price points for different experiences so that everyone can find a version of SkyShowtime that fits their pocketbook. There is a bit of subscription fatigue and it’s incredibly important for us to be affordable.”

Post-launch next steps

The service is in its infancy and yet to turn a profit, company filings show. It does not publish any official subscriber numbers, but respected analyst outfit Omdia shared its subs estimates with Deadline. The Omdia TV & Online Video Intelligence Database put SkyShowtime subs at 5.3M at end 2023, rising to 6.2M by end 2024. It forecasts it will cross the 7M subscriber threshold in 2025.

With all launches complete, the growth strategy involves going D2C and B2B: meaning getting customers to pay for a service directly and working with other platforms and telcos to bundle SkyShowtime.

“We are in investment mode right now,” Sarhan says. “There’s a lot of headroom. The shareholders are really happy with the performance. We are on track to be a top three service in a lot of our markets within the next year or so.”

Lean-Back approach

SkyShowtime shares plans to add a linear experience for its subs, akin to viewing a traditional TV channel. Sarhan says adding a linear element will address the paradox of choice. The thinking goes that with an overwhelming array of viewing options, a curated experience will help people discover shows and avoid endless scrolling.

“It’s about scheduling or programming content to create compelling channels, thematic channels, whether it is potentially a *Yellowstone* channel or an action channel. It’s about that lean-back experience, being able to tune-in and discover a new series,” Sarhan explains.

Local Sprinkles

As well as the powerhouse series from the parents, SkyShowtime has been adding “local sprinkles,” meaning original projects from its various territories. It dropped 10 in 2023 and the same number in 2024. It will hit that mark again in 2025.

Notable sprinkles include Polish hit crime series *Śleboda*. Over half of the streamer’s Polish subs watched the show in month after its launch and 90% of those that tuned into the first episode watched subsequent instalments.

This year, the local output has included *Schmeichel*, a two-part doc about the titular Danish goalkeeping icon. Upcoming projects include *Nails*, a comedy out of Spain that revolves around the lives of four women who meet in a nail bar. Season 2 of Swedish psychological thriller series *Veronika* will mark the first re-commission of a SkyShowtime original.



Śleboda, SkyShowtime

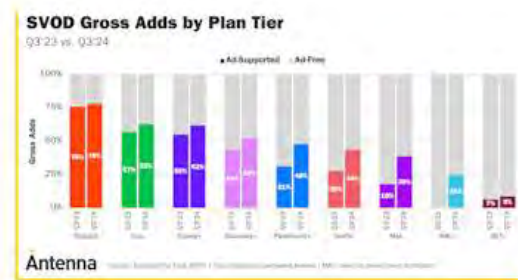
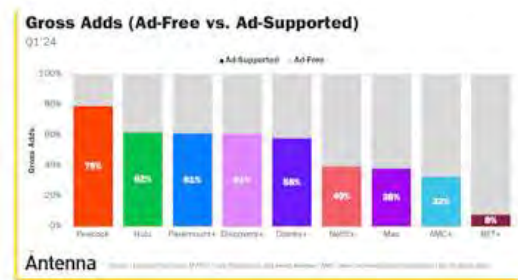
With the U.S. SVOD market maturing, “it is still early days in streaming, Europe is the next frontier,” says Sarhan. As the latest major entrant to the streaming fray on the continent, he says there’s space for everyone. “There’s still a lot of room to grow, and I think there’s room for all of us to compete and be successful.”

“I don’t believe in the streaming wars,” he adds.



Mastering the TV basics still a struggle for streamers

03 Mar, 2025 Colin Dixon



Eighteen years after the streaming TV revolution began, you'd think that providers would have figured this TV thing out. Roku, Hulu, and WB Discovery prove they still have a way to go before they get it right!

Hulu has a "Heidi Bowl" moment

NBC learned the hard way in 1968 that cutting away from a live event before it was truly over was a very bad idea. In what became known as the Heidi Bowl, with 65 seconds left on the clock, NBC decided to cut away from a tight match between the Oakland Raiders and New York Jets. It had a new, made-for-TV version of Heidi scheduled to start at 7 PM, and by golly, that's when it was going to start! Unfortunately, Oakland scored twice to win the game, prompting football fans to bombard NBC's switchboard with complaints.

On Sunday night, Disney's Hulu was live-streaming the Oscars to many of its 49 million subscribers. With minutes of the three-and-three-quarter hour ceremony to run and the Best Actress and Best Picture awards yet to be revealed, a message popped up for 15 seconds at the bottom of the screen, saying:

"Thank you for watching! This live event has now ended. You may exit playback and select something else to watch."

Viewers could toggle an option and keep watching, but many missed the message or weren't quick enough to respond. They were booted from the livestream and couldn't get back in. Needless to say, many people were

unhappy about the situation, flooding social media with complaints. Other glitches compounded the situation, forcing an apology from Hulu.

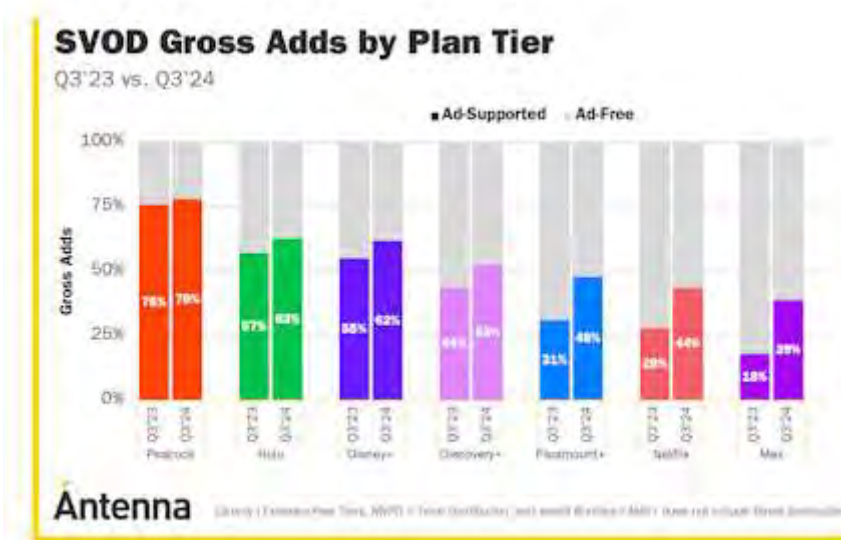
Roku City intrudes into OTA viewing

According to Nielsen, 14.5% of the 131 million TV homes used an over-the-air (OTA) antenna to watch live TV in September 2023. If those 18 million homes use a Roku TV, their viewing is likely being interrupted by an unexpected switch to the Roku screen saver. Cord Cutters News says that Roku TV users nationwide report that the Roku screen saver activates every 10 minutes while watching OTA TV. More annoying still, waking the TV takes the user to the home screen, not back to the channel they were watching.

Since the problem is new, it's likely associated with the latest Roku OS update, version 14.1, which the company quietly started rolling out at the beginning of the year. The company is aware of the problem and is working on a fix, but until then, OTA users might want to disable the screen saver altogether. No more Roku City for you!

WB Discovery takes its best ad products away from ad viewers

If you had a large group of customers who clearly preferred to watch ads, wouldn't you want to give them your best ad-supported products? The folks at WB Discovery running Max apparently think not.



Max has been a slow starter in the AVOD market. Although it introduced an ad-supported tier almost three years before Disney+, the two services have about the same proportion of ad-tier customers in the US: 3-in-10. That said, Max is making progress, with 2-in-5 new subscribers opting to watch with ads.

When Max added CNN Max and Bleacher Report (B/R), the content was made available to all subscribers to the service. However, it announced the withdrawal of the two channels from the \$ 9.99-a-month ad tier last week. Customers must now pay \$7 a month more to continue watching. Both CNN Max and B/R are natural drivers of ad-supported viewing. Viewers are used to watching news and sports with ads, and both channels already contain a strong advertising component. Why not keep them available to the largest group of customers that say they are OK with ads? Peacock and Paramount+ don't differentiate in this way. Maybe Max shouldn't, either.

TECHNICAL NEEDS TO ESTABLISH LICENSING FOR AI TRAINING

By Eric Lipton

f X Q P t +

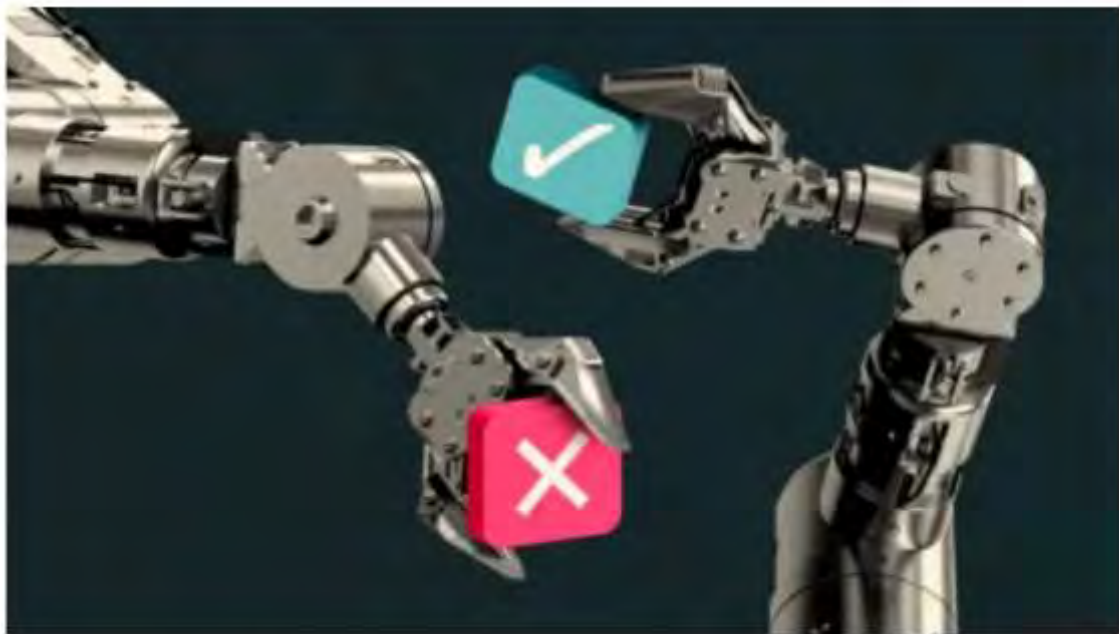


PHOTO ILLUSTRATION: VARIETY VIP+ ADOBE STOCK

IN THIS ARTICLE

- » Most content licensing deals to train AI models since 2023 have been relatively limited in scope and scale
- » To broaden licensing, rights holders need new technical methods to control access to their content assets and attribute use
- » AI laws may also require better machine-readable means to allow content owners to opt out content from AI training

Note: This article relates to the March 2025 VIP+ special report “AI Training — Consent & Content,” available only to subscribers.

Despite a still unsettled legal environment, 2024 saw the first stirrings of a commercial licensing market between AI companies and rights owners for the use of copyrighted works to train generative AI models. Nearly three dozen content licensing deals were announced or reported by the

end of 2024 involving rights owners in the U.S., Canada and Europe, according to VIP+ tracking.

While encouraging, at least from rights owners' perspective, the deals so far have been limited in scope and scale, raising questions as to how widely the model those deals have followed can be applied beyond their immediate reach.

Most of the content licensing deals announced so far have had a few characteristics in common:

1. Direct, one-to-one: In nearly all cases, the deals announced in 2024 involved a single publisher and a single AI developer. Given the volume of data even small AI models need to train on, such direct, one-to-one deals are likely to prove impractical as a general approach to AI licensing. Even confining such licensing to professionally produced content, where the creator and owner can readily be identified, tens of thousands of individual licenses would be required to encompass the full scope and diversity of data needed to train LLMs.
2. Limited windows: The deals announced so far are also for relatively limited windows, on the order of 2-3 years. That leaves open the question of what happens after the data have been ingested and baked into a model and the deal term expires. Unless a developer agrees to retrain the model without the data covered by the expired license, the value of that data has been incorporated into the model in perpetuity, and its developers can continue to profit from its use without incurring additional license fees.
3. Unlimited use: More critically, most, if not all, licensing deals to date have been blanket agreements for the unlimited use of a catalog of works to train AI models during the term of the deal. The agreements contain few, if any, provisions for measuring how much weight a model gives to any particular work, for tracking the frequency at which the vectors derived from a work are used in generating outputs or any other metric that might serve to quantify the value of a work or library of works to the model.

For a more robust, sustainable and broad-based licensing system to evolve — one that could enable participation by rights owners beyond the tier of large publishing, music and image archives capable of engaging directly with technology companies — at least three key technical capabilities will need to be in place:

- A machine-readable means to unambiguously identify a piece of content and to map that identification to the content owner;
- Tools that effectively control access to and collection of copyrighted content at the asset (unit) level, rather than exclusively at the source (domain) level;

- The means to track, measure and properly attribute the use of a piece of content by and within an AI system.

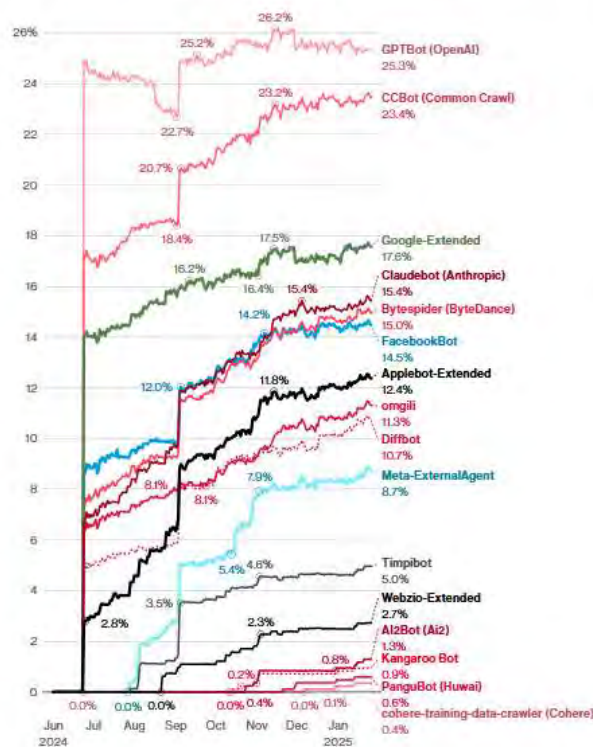
All of those systems will also need to operate at a machine-to-machine level, so the processes they manage can be automated sufficiently to handle the volume of works involved. These systems will further need to be standardized under one or a limited number of technical methodologies to ensure broad adoption.

As lawmakers take positions on AI training, they have begun to encourage developments on the technical side that some expect will be needed. Several jurisdictions — notably the EU and the U.K. — have begun to coalesce around an “opt-out” standard as part of a larger permissive stance on online data scraping and the use of copyrighted works to train AI models.

Most notably, the EU AI Act stipulates that such a reservation of rights must be in a machine-readable form to require compliance by AI systems. Laws modeled on the AI Act include a similar requirement.

Rights owners generally object to the opt-out legal standard on grounds that it inverts the traditional copyright model by placing the burden to comply on creators rather than on those who wish to use or exploit their copyrighted works.

Websites Blocking Known AI Data Scraper Bots In Robots.txt
Share of top 1,000 websites restricting each bot in their robots.txt files



Source: Dark Visitors, January 2025; note: includes the 16 bots known to crawl and scrape web data for AI training. Dark Visitors started tracking in June 2024

Apart from the impracticality of opting out of all AI systems individually, the machine-readable opt-out requirement also leaves the industry with a significant technical challenge.

There are yet still no “widely used industry [technical] standards to identify and comply with” machine-readable expressions of rights reservations, as stipulated in a draft version of the EU AI Office’s code of practices for AI developers.

The lack of any such standards and systems has spurred technology developers, entrepreneurs and rights owners themselves to develop machine-readable tools and systems to enable opt out of AI training.

kinótico



INDUSTRIA

La demora en la legislación sobre IA impaciente al audiovisual: "Hay que buscar soluciones"

El grueso del sector en España aguarda aún la convocatoria del Ministerio de Cultura para retomar una norma que no gustó entre las organizaciones

Mirian San Martín Madrid Actualizado: 05.03.2025

El uso de herramientas de inteligencia artificial generativa en el proceso de producción de obras audiovisuales recortará más de un 20% los ingresos de los creadores hasta 2028 en todo el mundo, una pérdida anual de 4.500 millones de euros. Todo ello, mientras los productos audiovisuales generados por IA alcanzarán un valor de 48.000M€. Estos son los datos que se deducen de las estimaciones del reciente estudio de la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC), presentado a finales del pasado año y que se suma a las declaraciones de directores como James Cameron, que ha afirmado que no usará inteligencia artificial en las próximas películas de 'Avatar'. En efecto, y como se ha ido comprobando en varios encuentros industriales como el que tuvo lugar en la pasada Berlinale, uno de los mayores miedos del sector cultural y, en concreto, del audiovisual, es el uso indiscriminado de creaciones protegidas, sin respeto por sus autores. Aunque el tsunami

es imparable, como ya han advertido a Kinótico varios protagonistas de la industria, el miedo a convivir en un salvaje oeste sin ley es comprensible. Ahora, el sector espera avances para que los autores no se conviertan en los grandes olvidados en la gran revolución de la IA.

El pasado mes de enero, y después de la oposición del sector en bloque, el Ministerio de Cultura retiró el proyecto de real decreto por el que se buscaba regular la concesión de licencias colectivas ampliadas para la explotación masiva de obras y prestaciones protegidas por derechos de propiedad intelectual. Esto, en el contexto de frenar de algún modo o regular el desarrollo de modelos de inteligencia artificial de uso general (en cristiano, impedir que empresas puedan indexar contenidos de terceros para entrenar a sus algoritmos). A continuación, prometió la apertura de un proceso de diálogo con el sector, muy descontento con el borrador. Aunque hay previstas reuniones -también en relación a la Ley del Cine- para la semana que viene, este proceso aún no ha comenzado, y tampoco lo ha hecho la puesta en marcha de un grupo de trabajo. Según ha podido saber este medio, las distintas asociaciones aún no han tenido siquiera noticias al respecto.

"Se nos han robado nuestros contenidos para entrenar a la inteligencia artificial. No se nos ha pedido permiso por ello ni se nos ha remunerado. Hay que buscar soluciones y, para eso, esperamos sentarnos", destaca a Kinótico Luis Ivars, copresidente junto a María Salgado de la Alianza Audiovisual (AA), una de las organizaciones que encabezaron un manifiesto contra la forma y el contenido del texto propuesto desde el ministerio que dirige Ernest Urtasun. "Es un real decreto que se hizo muy rápido, con pies de barro. Había urgencia por sacarlo y no se construyó con la solidez necesaria ni con las garantías", señala Ivars, en referencia a las licencias colectivas. Ahora, y con el fin de adelantar trabajo junto al resto de asociaciones firmantes del manifiesto "Así, no", difundido en diciembre junto a la Asociación de Directores de Escena de España (ADE), la sección autónoma de traductores de libros (ACE) y la Federación de Asociaciones de Ilustradores/as de España (FADIP), buscan empezar a trabajar en "propuestas más meditadas y sólidas" y que, a su juicio, deberían ser las "bases reglamentarias que deben tener en cuenta en la ley de IA".

| *"Es un real decreto que se hizo muy rápido, con pies de barro.*
" *Había urgencia por sacarlo y no se construyó con la solidez*
| *necesaria ni con las garantías" (Luis Ivars)*

Eva Moraga, abogada de la Alianza Audiovisual, explica a Kinótico que uno de los fallos de la norma propuesta ha sido no avisar al sector antes del trámite de audiencia pública para comprobar lo que opinaba, tanto para asegurar que están prevenidos de los asuntos en los que se está avanzando, como para permitir incluir sus aportaciones en el texto que se va a presentar. "Es importante que cuando uno intenta introducir en el ordenamiento jurídico algo que no existe, como son unas licencias colectivas de efecto ampliado, es decir, licencias incluso de obras de autores que no están adheridas a las entidades de gestión, eso haya que hacerlo más más tranquilidad, diálogo y debate, escuchando a todas las partes, algo que desde nuestro punto de vista no se hizo", lamenta. Del mismo modo, critica la vía escogida, que a su juicio debería haber tenido un rango legal como proyecto de ley o real decreto ley.



A pesar de que este proyecto ha sido retirado y eso supone un retraso en avanzar hacia una normativa que aborde este asunto, o del mantra general que alerta de las consecuencias de llegar tarde, desde Alianza Audiovisual celebran los pasos que se dan desde el tejido asociativo cultural a nivel nacional e internacional. De hecho, Moraga señala que en la actualidad se está redactando el Código de prácticas del reglamento de la IA, que las empresas pueden firmar de forma voluntaria y en el que se recogen una serie de posturas que se pueden respetar. Este texto, en el que participan diferentes asociaciones que representan a titulares de derechos, como es el caso de Alianza Audiovisual, como otras que representan a empresas de IA o de aplicaciones, aún se encuentra en proceso de elaboración en un tercer borrador, debido a que no hay satisfacción entre quienes defienden la protección de los derechos de los titulares.

Licencia colectiva ampliada

El texto del proyecto del real decreto sobre IA que ha sido retirado proponía un sistema de licencia colectiva ampliada, que contempla que las entidades de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual puedan licenciar el uso de obras y prestaciones para el entrenamiento de modelos de IA, tal y como explica a Kinótico Marta Nadal, directora de Servicios Jurídicos de SGAE. Este gesto del ejecutivo es "muy positivo" para esta entidad de gestión de derechos, puesto que, a su juicio, "permite el equilibrio entre el respeto a la propiedad intelectual y el fomento de la innovación", ya que "los creadores son remunerados por la explotación de sus obras y los desarrolladores de modelos de IA, por su parte, acceden a amplios repertorios sin tener que negociar individualmente las licencias y con la ventaja de operar en un entorno de seguridad jurídica", apunta.

| “ ***La IA es capaz de crear contenidos que compiten con las obras***
| ***utilizadas en su entrenamiento***” (Marta Nadal)

Sin embargo, tal y como también señala, este proyecto solo buscaba la regulación de uno de los aspectos que afectan a los titulares de derechos (el uso de las creaciones para entrenar la IA) y, sin embargo, no aborda la situación que se produce cuando, una vez ha sido entrenada, la IA genere contenidos que puedan competir con las obras de los propios autores, algo que consideran que debería regularse también. "La IA es la mayor amenaza para la propiedad intelectual en este momento, porque aprende a partir de obras protegidas por derechos de autor y, como resultado, es capaz de crear contenidos que compiten con las obras utilizadas en su entrenamiento", advierte.

¿Cómo queda España, enmarcada en la Unión Europea, a nivel legislativo comunitario? Desde Alemania, país pionero en la regulación dentro de sus fronteras de la inteligencia artificial, el aviso es de relevancia: "La normativa [europea] no está diseñada para abordar el fenómeno de la IA generativa", dijo la semana pasada el eurodiputado Axel Voss, de centro-derecha y una de las voces autorizadas en la materia a nivel continental. Esto se justifica, según su visión, por la exención que el reglamento aprobado a finales de 2024 deja a la minería de texto y datos, una brecha importantísima, además, en la lucha contra la piratería. Será en este contexto, uno de luchas internas y externas, en el que el Gobierno deberá intentar negociar otro pilar fundamental de las políticas culturales que, de momento, vuelve a estar en el aire.

[HOME](#) > [BUSINESS](#) > [BUSINESS NEWS](#)

'Divergent' Producer Launches AI Company That Aims to Make Studio-Quality Movies for \$500,000

The film, TV and gaming studio released a 5-minute teaser for its first artificial intelligence-driven feature film, 'The Woman With Red Hair,' directed by Brett Stuart.

By [Etan Vlessing](#) March 4, 2025



An AI-generated feature, 'The Woman With Red Hair,' from Staircase Studios AI. Brett Stuart

Pouya Shahbazian, a producer on the Divergent franchise, has launched Staircase Studios AI, an artificial intelligence-driven film, TV and gaming studio.

Staircase touts its own proprietary AI workflow, ForwardMotion, which claims to be able to produce near-studio-quality movie releases for under \$500,000 each. The studio, which said it aims to produce around 30 low budget projects in the next three to four years, unveiled a teaser with the first five minutes from its debut feature, The Woman With Red Hair, directed by Brett Stuart and from Michael Schatz's 2016 Black List script.

The AI-driven film has original character designs by former Pixar exec Teddy Newton (The Incredibles) and art and designs from Emmy-winning animator Alfred Gimeno (Kung Fu Panda). The drama about a true-life war resister in World War II Holland is voiced by Maya-Nika Bewley, Leander Vyvey, Angus Castle-Doughty and Geoffrey Breton.

Staircase Studios AI has as a partner and lead investor Kenneth Lerer, a co-founder of The Huffington Post and currently managing director emeritus of the venture capital firm Lerer Hippeau. Shahbazian becomes CEO of the film, TV and gaming studio, while Brett Stuart serves as head of AI filmmaking.

“After packaging and selling 150 projects into the studio system over the past 15 years, I’ve borne witness to far too much inefficiency to continue the status quo. Over the past year, I’ve dedicated myself to pairing ethical AI usage with our industry’s most underutilized assets—overlooked stories waiting to be produced from fantastic writers and directors,” Shahbazian, whose producer credits include Greg Berlanti’s *Love Simon* and Shawn Levy and Eric Heisserer’s *Shadow & Bone*, said in a statement.

Staircase is in pre-production on a second feature, *Every Living Creature*, an animated adventure thriller directed by Bernie Su (*Artificial*) and from an adapted script by J.R. Arellano (*Flicka 2*).



El emocionante mensaje del padre de Saúl Craviotto en el final de su documental: “Si te digo la verdad...”

Saúl Craviotto no ha podido evitar emocionarse al escuchar esta frase en boca de su padre al final de su documental 'Informe Plus+. Craviotto'



Instagram @saul_craviotto

Andrea Hernández Madrid - Publicado el 02 mar 2025

Saúl Craviotto es uno de los grandes deportistas de nuestro país. Con 6 medallas olímpicas a sus espaldas, es muy querido y respetado en el mundo del deporte, especialmente en el piragüismo, que es la disciplina que desempeña. Y en honor a toda esta meteórica carrera a sus 40 años, ha estrenado su propio documental en Movistar+ para hacer balance de todo lo que ha vivido tanto en lo profesional como en lo personal, porque su familia también es una pieza fundamental en su vida y el motor que le impulsa a seguir adelante.

Junto a Celia, su mujer, ha formado la familia con la que siempre había soñado y juntos tiene 3 hijas, que son las niñas de sus ojos y lo más importante que tiene en su vida. Y las mujeres de su vida tienen un papel muy importante, pero a su nivel hay otra figura que también destaca y que ha sido la única capaz de emocionar hasta la lágrima al deportista: su padre. Y es que su progenitor, justo al final del documental, le dedica unas

palabras de lo más emotivas que le han llegado a lo más profundo de su corazón.

Saúl Craviotto, muy emocionado con las palabras que le dedica su padre

“Pues las seis medallas olímpicas, ¿qué son? Pues pues son 20 años ahí metidos. Es un peaje que he pasado y un viaje maravilloso. Y doy gracias todos los días por todo lo que tengo, por mi familia, por mi entorno, por esta carrera, que lo he intentado hacer lo mejor posible”, se le escucha decir al propio Saúl Craviotto en este vídeo que ha compartido en sus redes sociales y que resume a la perfección el contenido de su documental en Movistar+.

Más de 20 años en la élite mundial rindiendo a un nivel impresionante ha hecho que todos le admiren y le dediquen estas bonitas palabras, dejando claro que está al nivel de otros deportistas como Gasol, Michael Jordan o LeBron James. Pero todo esto es nada comparado con lo que dice su padre al final del vídeo y que ha conseguido hacerle llorar, no solo a él sino también a su mujer, Celia, que así lo ha dejado claro en los comentarios: “Se me ha metido algo en el ojo...”, ha expresado. Y es que básicamente lo que dice es que está orgulloso de todas sus medallas pero “eso son tonterías”. Porque lo que más le importa, “si te digo de verdad, estoy orgulloso de que sea como es”.



El documental que narra la historia más personal de Saúl Craviotto

"En el último minuto, donde sale ya toda la gente diciendo lo que significa para los entrevistados en este documental, la frase final de mi padre me acaba de romper. No sé si adelantaros la frase, pero esa frase digamos que es la que hace que me caiga la lágrima del todo", adelantó ya en una entrevista para la revista Men's Health. Y es que cualquiera se emocionaría con esas palabras en la boca de un padre. "Mi padre ha sido el encargado de cerrar mi documental y no podía haber utilizado una mejor frase. Ese ha sido el secreto de mi éxito, tener un equipo y una familia que me han acompañado en cada paso, permitiéndome ser quien soy hoy. Las medallas son simplemente la consecuencia natural de ese esfuerzo y dedicación. Os animo a ver mi documental en @movistarplus @vamos y conozcáis los peajes y la historia que hay detrás de mi carrera deportiva", es el mensaje que ha compartido el deportista junto a este emocionante vídeo de su nuevo proyecto.



Telefónica nombra mañana consejero delegado a Emilio Gayo

Ignacio del Castillo. Madrid

Marc Murtra, el presidente ejecutivo de Telefónica, ha convocado para mañana, jueves 6 de marzo, el consejo en el que se propondrá el nombramiento de Emilio Gayo, actual presidente ejecutivo de Telefónica de España, como consejero delegado del grupo de telecomunicaciones en sustitución de Ángel Vilá, como informó EXPANSIÓN el pasado 28 de febrero.

El consejo de mañana aprobará, igualmente, la convocatoria de la junta general de la compañía.

Si se mantiene el mismo esquema que existe ahora en Telefónica, el nuevo consejero delegado llevará el día a día de los cuatro mercados principales (España, Brasil, Alemania y Reino Unido, aunque ésta es una filial de la que sólo tiene el 50%), así como las filiales de Infraestructura y Telefónica Tech, que ofrece servicios de cloud, IoT o ciberseguridad a grandes empresas. Telefónica Hispam, sin embargo, reporta a la directora financiera, Laura Abasolo. Aunque este esquema de atribuciones y reportes puede variar en el futuro.

A este cambio se le unirá también, previsiblemente, la incorporación como jefe de la oficina de presidencia de Álvaro Echevarría, actual subdirector general de Banco Sabadell. Echevarría, que hasta ahora era responsable de Relaciones Institucionales y Seguridad Corporativa del banco, sustituirá a María García-Legaz, que era la que ocupaba este puesto.

Desde 2004

Emilio Gayo es ingeniero en Telecomunicaciones y MBA por el IESE. De 2004 a finales de 2006 fue director general de Operaciones Internacionales en Telefónica Móviles. Desde 2006 fue director de Desarrollo Móvil en Telefónica Internacional hasta junio de 2010, momento en que fue nombrado director de Desarrollo de Negocio, Estrategia y Regulación en Telefónica



Emilio Gayo, presidente ejecutivo de Telefónica de España.

El consejo de mañana también permitirá convocar la próxima junta de accionistas

Latam. En junio de 2011 fue designado director de Gran Público en Telefónica España y en 2013 tomó la responsabilidad de la dirección de Marketing y Servicios Comerciales Gran Público y Empresas. Es a partir de enero de 2018, con la salida de la presidencia de la filial española de Luis Miguel Gilpérez –con quien Gayo trabajó muchos años– cuando el nuevo CEO del grupo fue nombrado presidente de Telefónica de España.

Principal filial

Telefónica España, la filial que ha dirigido Gayo hasta ahora, es el principal mercado por ingresos, márgenes y generación de caja del grupo, por lo que es un activo clave. En 2024, los ingresos de España han supuesto el 31% del total, por delante de Brasil (23%), Alemania (21%) e Hispam (22% antes de la venta de Argentina). Pero también es la que más aporta al ebitda del grupo, puesto que supuso el 35% del total, frente al 31% de Brasil. Alemania únicamente aportó el 21%, por el 13% de Hispam.

Operadores

Fútbol y fibra de Movistar por 30 euros durante 1 año, la oferta de la que habla Javier Tebas

Justo Romanos Publicado el 04 de marzo, 2025



¿Es el fútbol caro? Javier Tebas dice que no. Y, hace unos días, comentó que por 25 o 30 euros se pueden llegar a ver partidos con los servicios de las operadoras. Suponemos que hacía referencia a una oferta como la que ha lanzado Movistar que, eso sí, imaginamos que no estará disponible durante mucho tiempo.

Ver el fútbol no es que sea especialmente barato, pero las operadoras hacen lo posible para que tengamos la oportunidad de verlo a un precio más económico. En ocasiones ponen en circulación ofertas especiales volcadas con el deporte rey, aunque en este caso se trata de una oferta de fibra. La buena noticia es que su precio no solo se aplica durante 3 meses como es frecuente, sino que se extiende a lo largo de todo un año.

Fibra de 300 Mb muy barata

Con un 40% de descuento por tiempo limitado, la oferta que está haciendo Movistar en la fibra de 300 Mb llega con intención de convertirse en un buen caramelo. Es para nuevos clientes y se reduce el precio de manera significativa de los 34 euros que cuesta habitualmente hasta solo 19,90 euros. Claro está, a esto tendrás que sumar la suscripción de Movistar

Plus+ por 9,99 euros para tener acceso a partidos de fútbol de LaLiga EA Sports. Eso hará que, al final, estés pagando 30 euros por todo el servicio y que así puedas tener buen fútbol cada semana y estar al día de la competición futbolística número uno.

Con el servicio de fibra de Movistar estarás haciéndote con conexión simétrica y también te entrarán 50 minutos de llamadas a móviles nacionales y llamadas ilimitadas a fijos, también nacionales. Además, se incluye el router Smart WiFi 6 para que puedas sacar partido a la mejor conexión imaginable dentro de los límites que proporciona la velocidad de 300 Mb. Ten en cuenta que la oferta no tiene permanencia, así que, si te quieres dar de baja cuando pasen los 12 meses y se acabe la promoción, nadie te lo impedirá. Si no te das de baja, cuando pase el año tendrás que hacer un pago mensual de 34 euros. Además de todo esto, la propuesta de Movistar incluye la instalación gratuita. Es decir, contratas en la web, esperas al técnico y te lo dejará todo listo para funcionar y que comiences a disfrutar con películas, series y fútbol.

El fútbol de Movistar Plus+

Como te decíamos, el fútbol que se incluye en esta oferta de fibra de 300 Mb a la que le puedes sumar la suscripción de Movistar Plus+ es el que está incluido con este servicio. Por lo tanto, aunque sí es verdad que vas a disfrutar de un buen número de partidos de fútbol, hay que decirle al señor Tebas que no es un acceso que permita acceder a toda la competición. Pero, por el precio de los 30 euros a los que hizo referencia hace unos días, esta es la oferta perfecta. Y tampoco es algo habitual a la vista de cómo Movistar solo está ofreciendo la fibra de 300 Mb tan barata de manera especial durante un tiempo limitado.



The screenshot shows the Movistar Plus+ website interface. At the top, there is a navigation bar with the 'M+' logo and various menu items: Series, Cine, Fútbol, Calendario deportivo, Rugby, Baloncesto, NBA, Tenis, Deportes, Documentales, and Más. A 'SUSCRIBIRSE AHORA' button is visible in the top right corner. The main banner features a football match scene with two players in blue and red kits celebrating. Below the image, the text reads 'Champions League · Benfica-FC.Barcelona (ida)'. Underneath this, a small line of text states: 'Disfruta de este partido en Movistar Plus+. Encuentra de los de victoria de Champions League el día mensual. Y en la oferta de acceso gratis en el fútbol de Movistar Plus+ Madrid 113 de fútbol'. At the bottom, there are two pricing boxes: one for 'Movistar Plus+ 115 €' and another for 'Movistar Plus+ 9,99€'.

La lista de partidos que se incluyen en la suscripción varía dependiendo de la jornada, así como de si hay otras competiciones, como Liga de Campeones. Lo bueno es que se incluye el que está considerado como mejor partido de la jornada o, por así decirlo, el más jugoso. Eso te garantiza ver los choques más esperados de la temporada. Por su parte, también tienes LaLiga Hypermotion, la cual esta temporada está consiguiendo alcanzar un nivel de emoción muy superior a años anteriores. Todo ello, recuerda, lo puedes contratar incluso siendo de otra operadora.

¿Es una buena dosis de fútbol? Sin duda, pero habría que seguir reivindicando que no se está ofreciendo el acceso a todos los partidos. De todas formas, como oferta de fibra + Movistar Plus+, posiblemente no vayas a ver una propuesta como esta en un buen tiempo. Si con esta velocidad de fibra tienes suficiente y quieres disfrutar de un gran precio, Movistar está claro que te convencerá con su oferta.

Miss Austen : la hermana mayor de Jane Austen

Martes, 4 marzo 2025



Las efemérides de los grandes autores británicos suelen venir acompañadas por homenajes de todo tipo desde nuevas adaptaciones de sus obras hasta historias basadas en su vida.

Este año se conmemora el 250 aniversario del nacimiento de la escritora Jane Austen y como era de esperar la BBC se ha volcado en los fastos, estrenando la miniserie 'Miss Austen' como su primer homenaje a la autora romántica.

'Miss Austen' utiliza la figura de la hermana mayor de Jane, Cassandra, para hacernos una biografía indirecta de la autora, de una forma muy inteligente y brillante, gracias a la gran interpretación de Keeley Hawes como Cassandra, que estoy seguro que va a hacer las delicias de todas las austenitas que tienen una auténtica devoción por la figura de Jane Austen y todo lo que le rodea.



Ficha: Miss Austen 4 episodios. 55 m feb 2025- Cadena: BBC (UK) – Próximamente en Movistar Plus [E]

La trama :

En el año 1830 la muerte del reverendo Fullwar Fowler, tío de Cassandra y la ya fallecida Jane Austen, obliga a su sobrina Cassandra a desplazarse hasta la vicaría en la que vivía, para ayudar a su prima Isabella a desalojar la mansión para dejar paso al nuevo vicario que ocupará con su familia esos aposentos reservados para uso religioso.

El traslado presenta el problema de desconocer su destino por lo que Cassandra se afana en explorar todas las posibilidades, hasta que durante la preparación de la mudanza, Cassandra descubre numerosas cartas que su hermana Jane Austen había escrito a Eliza, una cuñada ya fallecida y con la que mantenía una correspondencia de lo más frecuente.

‘Miss Austen’ desarrolla la historia de Cassandra Austen a dos niveles, en primer lugar en 1830 ayudando a su prima Isabella a encaminar su futuro sin su padre . Mediante la lectura de esas cartas, la serie abre un segundo frente explorando su juventud en la que recuerda todas sus vivencias con su inseparable hermana menor Jane, con la que tenía una gran complicidad.

El hecho de descubrir muchos pensamientos y opiniones de Jane de forma indirecta, a través de esas cartas hacen que Cassandra pueda hacer un repaso de las decisiones que tomó en su juventud, en especial las relacionadas con el gran amor de su vida, Tom Fowle, como la que muestra el siguiente video.



Las dos épocas diferentes se desarrollan con dos grupos de actrices para interpretarlas en esas dos etapas, siendo la muerte de Jane Austen el punto de inflexión entre ambos periodos.

Por estas razones, el personaje de Jane Austen solo aparece en la trama del pasado, con una gran interpretación de la valenciana de nacimiento Patricia (Patsy) Ferrán, (der, foto), una de las grandes promesas teatrales de las tablas británicas que encuentra el tono perfecto para interpretar a la melancólica y enfermiza Jane Austen.



A su lado brilla con todo esplendor Synnøve Karlsen (‘Medici’, ‘Bodies’, izq) como la versión joven de Cassandra Austen, compartiendo su angustia por todas las decisiones vitales que debe ir tomando, en las que priman el deber y el honor por encima de sus propias consideraciones personales, bajo el férreo control de su madre interpretada por la gran actriz escocesa Phyllis Logan (centro)

En la trama más actual, el protagonismo absoluto es para Keeley Hawes (foto inf, Los Durrell, Bodyguard) como Cassandra Austen, reconvertida con el tiempo en un tía solterona que no duda en ayudar a toda su familia a poco que pueda, cuidando sus sobrinos o ayudando a sus primos, con el aspecto negativo de alguna cuñada pérfida que se aprovecha de toda su bondad, a la que da vida la gran Jessica Hynes.

Hawes está a su gran nivel habitual, ayudada por su posición de productora ejecutiva que le ha permitido controlar todos los aspectos de ‘Miss Austen’, dejando la escritura a manos de su amiga, la autora escocesa Andrea Gibb, que ha adaptado el libro ‘Miss Austen’ de Gill Hornby.

El reparto es de auténtico lujo con la presencia de la popular Rose Leslie (Downton Abbey, Juego de Tronos, The Good Fight) en el personaje de Isabella, la principal interlocutora de Cassandra en la época más reciente y la principal beneficiada de todas las estratagemas de su prima, para dejarla en la mejor posición posible.



‘Miss Austen’ no deja ninguna duda de sus intenciones de homenajear a Jane Austen con un gran drama romántico de época, con amores aparentemente imposibles y soterradas luchas de clases, en la mejor tradición de las historias de la época de la Regencia y lo consigue con una nota muy alta.



Sin ser un rendido admirador de la obra de Jane Austen ni de su estilo romántico, lo cierto es que ‘Miss Austen’ me ha parecido un magnífico acercamiento a su figura mediante la utilización de la historia de su hermana mayor como hilo conductor de su universo familiar en una adaptación muy inteligente y muy bien interpretada.

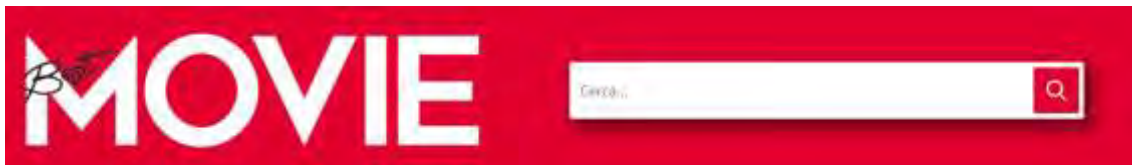
Con ese reparto y el gran número de admiradores de la obra de Jane Austen en nuestro país, su estreno fue rápidamente anunciado para esta semana por la plataforma MovistarPlus.

Por desgracia y por razones que desconozco han comunicado el aplazamiento del estreno para más adelante pero pueden tener la seguridad de que se va a emitir pronto, para que puedan disfrutar de esta exquisita miniatura de cuatro episodios que fue estrenada con el siguiente tráiler, que va a cerrar el artículo.



Espero sus opiniones y comentarios, aquí o en mi cuenta de X (@lmejino), o en BlueSky (@lmejino.bsky.social)

Lorenzo Mejino



¿Te ha gustado ‘Yellowjackets’? 5 series y películas que quizá no conozcas y te encantarán si eres fan de la serie

Redacción Best Movie 4 marzo 2025



Yellowjackets ha estrenado recientemente su temporada 3 y, como las dos anteriores, está arrasando en Movistar Plus +.

Si eres de los que estás enganchado a la serie y esperas impaciente noticias sobre su continuidad, te recomendamos 5 títulos que te van a encantar.

Heridas abiertas

Tras pasar un breve tiempo en un hospital psiquiátrico, la periodista Camille Preaker regresa a su pequeña ciudad natal para cubrir los asesinatos de dos chicas adolescentes. Durante años, Camille apenas ha hablado con Adora Crellin, su neurótica e hipocondríaca madre, que vive con su marido y con su hija Amma, hermanastra de Camille, una joven a la que apenas conoce. Instalada en su antiguo dormitorio en la mansión victoriana de su familia, Camille pronto se identifica con las jóvenes víctimas. Atrapada por sus propios demonios, debe desentrañar el rompecabezas psicológico de su propio pasado si quiere obtener una historia que escribir acerca de los crímenes.



Tiene 8 episodios y la puedes encontrar en Max.

Picnic en Hanging Rock

El día de San Valentín de 1900, las estudiantes de la Escuela Appleyard van de excursión a Hanging Rock, una región australiana montañosa. A lo largo del día se producen una serie de fenómenos sobrenaturales: el tiempo se detiene, estudiantes y maestras pierden el conocimiento y tres chicas y una profesora desaparecen.

Este éxito australiano está disponible en Filmin y ha sido referenciado en numerosas ocasiones en el mundo de la moda. Figuras como Lee McQueen la han homenajeado en sus colecciones.

The Leftovers

Al más puro estilo Yellowjackets, cuando el 2% de la población mundial desaparece de forma literal y abrupta, sin explicación alguna, quedando solo el vacío de unos cuerpos que se evaporaron, el resto de la población de la Tierra comienza a intentar comprender lo que ha pasado, y sobre todo lo que se supone que deben hacer al respecto. Una de estas personas es el jefe de la policía de un pequeño suburbio de Nueva York, padre de dos hijos, que trata de mantener cierta apariencia de normalidad.

La serie es del año 2014, tiene 3 temporadas y está disponible en Max y Movistar Plus.

The Hole

Cuatro jóvenes estudiantes, dos chicas y dos chicos, desaparecen de un exclusivo internado británico. Dos semanas más tarde aparece una de las chicas, Liz, pero está tan traumatizada que no lo logra distinguir lo real de lo imaginario. Lo único que recuerda es que para librarse de una excursión, se encerró con sus compañeros en un bunker subterráneo. Junto con la doctora Horwood, psicóloga de la policía, intentará descubrir qué pasó en el bunker, y qué ha sido de sus amigos...

Esta película supuso una de las primera apariciones de Keira Knightley y una de las más recordadas de Thora Birch. Se estrenó en 2001 y está en el catálogo de Prime Video.

Jóvenes y brujas

Sara acaba de llegar a Los Ángeles y, aunque al principio se siente aislada entre sus nuevos compañeros de instituto, pronto entabla amistad con tres chicas con las que no sólo comparte la pasión por las ciencias ocultas, sino también poderes especiales.

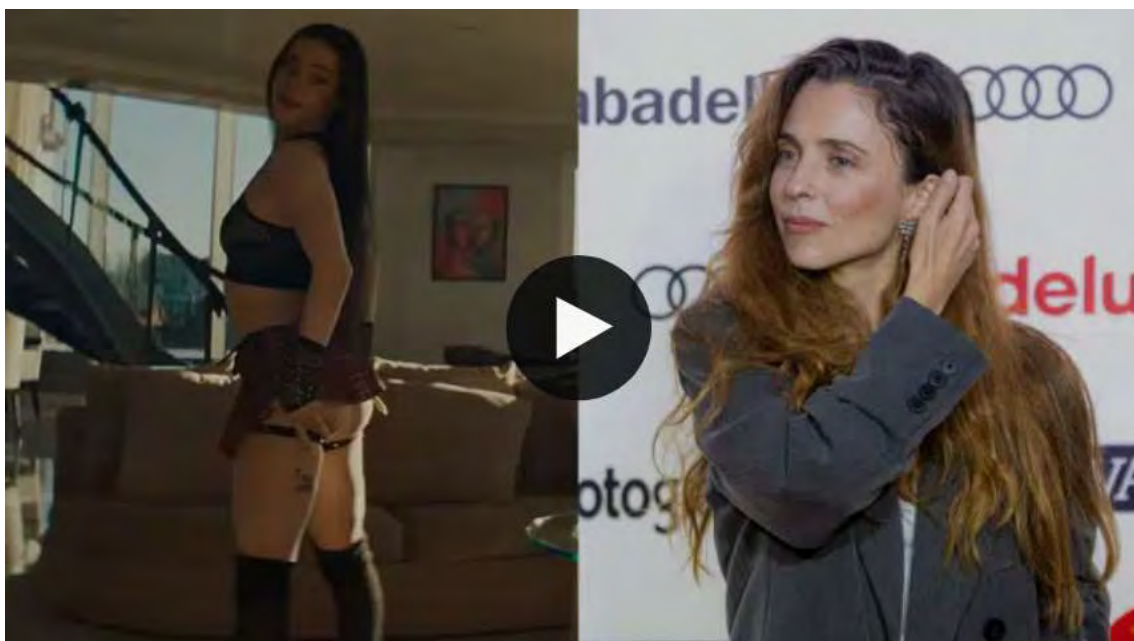


Premios **OSCAR**

CINE

La controvertida opinión de Leticia Dolera sobre 'Anora', la película ganadora del Oscar: "Me molestó"

La intérprete, guionista y directora no se muestra complaciente con la mejor película de 2024 según los votantes de los premios de cine más importantes



Mikey Madison (izquierda) y Leticia Dolera (derecha)

Óscar Rus 04 / 03 / 2025

Mucho se está escribiendo sobre Anora, la mejor película de 2024 para los votantes de los premios Oscar 2025. No sólo ganó Anora en la categoría de mejor película (la cosa estaba entre ella y Cónclave), sino también en las de mejor guion original, mejor montaje, mejor intérprete protagonista (Mikey Madison) y mejor dirección.

El hombre de la noche, con permiso del presentador de la gala Conan O'Brian, fue Sean Baker (54), cuyo séptimo largometraje le ha lanzado al estrellato mundial tras cintas de corte 'indie' y menor repercusión como *Tangerine*, *The Florida Project* y *Red Rocket*. Fue a raíz del estreno en el festival de cine independiente Sundance de *Tangerine*, sobre un grupo de prostitutas trans durante una Nochebuena, cuando el nombre de Sean Baker comenzó a resonar en Hollywood.

Diez años después, Sean Baker igualó a Walt Disney –cuya imaginería le sirvió para hablar en *The Florida Project* sobre una madre que trabaja a destajo en uno de sus parques de atracciones– con cuatro galardones en una misma edición: dirección, guion original, montaje y película (en calidad de productor). Sean Baker se lo guisó y se lo comió, aunque la alfombra roja ya se la pusieran en la última edición del festival de Cannes, celebrada en primavera de 2024, donde se alzó con su mayor reconocimiento, la Palma de Oro.

Defensores y detractores tiene *Anora*, a pesar de ser la película que logró mayor consenso entre los votantes de los premios Oscar. Si bien en el resto de las veintitrés categorías, el título que más votos consiga es el vencedor, en la categoría de mejor película, ampliada con polémica incluida a diez títulos hace más de quince años, el proceder es diferente. Cada académico clasifica las diez películas; a la mejor le da un diez y a la peor, un uno. Gana la que supere el 50% de los puntos. Es por ello que la mejor película de cada año según los Oscar sea habitualmente una cinta que agrade a la mayoría, o sea, que haya recibido '9', '8' ó '7'.

Y de haber sido por la actriz, guionista y directora Leticia Dolera, ella le habría dado un 'o' a *Anora* a tenor de su controvertida opinión sobre la cinta protagonizada por Mikey Madison como una "trabajadora del sexo" que se enamora de un joven ricachón ruso.

"Yo me esperaba de una película que pone sobre la mesa, en el centro, a una mujer, en un contexto de prostitución, que un tío [Sean Baker] que está comprometido, siempre hay una crítica social en sus películas, una reflexión compleja, bajo mi punto de vista, banaliza el tema de la prostitución en tono de comedia que a mí me molestó, la verdad. Entiendo que un cineasta habla de lo que quiere y es su punto de vista, pero realmente como Hollywood y el cine es una máquina de pensamiento, genera ideología y te ayuda a entender otras realidades, a mí me dejó patidifusa que mostrara la prostitución de una manera tan estetizada, romantizada...", expresó Leticia Dolera en 'El día después...' de los premios Oscar 2025 en Movistar Plus+. En la mesa de análisis estuvieron

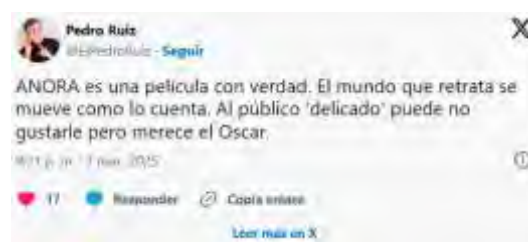
"Si hemos conseguido generar un pensamiento crítico en torno a que las niñas no quieren ser princesas, sino que también quieren ser protagonistas de sus historias y conquisten el mundo, ahora vamos a tener cuidado, aunque las niñas...", continuó Dolera, cuya opinión fue refrendada por Boris Izaguirre, en calidad de escritor, guionista y fashionista.



Dichas declaraciones han suscitado un debate por parte de cinéfilos e internautas: ¿ha visto Leticia Dolera *Anora*? Quienes han visto *Anora* defienden que se trata de todo lo contrario, una crítica a la prostitución a pesar de su envoltorio de comedia romántica alocada (screwball comedy, género explotado por Hollywood durante los años 30, 40 y 50). De hecho, la última escena y el último plano de *Anora* generan tal debate: ¿*Anora* romantiza la prostitución como si de una actualización de *Pretty Woman* se tratara?

Para otro pope del séptimo arte, el director y guionista Paul Schrader (*Taxi Driver*, *American gigoló*, *El reverendo*), la pregunta es otra tras un segundo visionado: ¿Envejecerá bien *Anora*? "Anora es un festival de película y se merece sus premios y éxito", escribió Schrader el pasado octubre. El también cinéfilo, sin embargo, criticó que la protagonista, sabiendo el público cómo es ella (feroz), aceptara el acuerdo económico de su suegra rusa.

El presentador de televisión y humorista Pedro Ruiz tiene otra opinión sobre *Anora*: "Es una película con verdad. El mundo que retrata se mueve como lo cuenta. Al público 'delicado' puede no gustarle pero merece el Oscar".



Premios

Leticia Dolera da su opinión sobre 'Anora', ganadora de los Oscar, y se abre el debate: "Afortunadamente la hizo Sean Baker y no Leticia"

Aluvión de críticas y alguna defensa hacia la opinión de la actriz



Leticia Dolera asiste a 'InStyle En Serie' Awards 2024. / Carlos Alvarez

Cristina Zavala 04/03/2025

Después de una intensa jornada de Premios Oscar donde se ha analizado la lista de ganadores, de ausencias, de polémicas como la de Karla Sofía Gascón, de modelitos y de fiestas posteriores, llega el momento de tomarse la cosa con más calma y ver las consecuencias del terremoto informativo que siempre generan estos galardones sobre los que el mundo entero posa sus ojos.

Leticia Dolera ha comentado en El día después, en Movistar+, la película ganadora, Anora y lo que ha proyectado en ella su director, Sean Baker. Parece que no le gustó nada cómo ha mostrado el mundo de la prostitución.

"Me esperaba una película que pone en el centro a una mujer en un contexto de prostitución, de un tío que está comprometido, en sus pelis hay crítica social y una reflexión compleja, desde mi punto de vista, toca el tema de la prostitución, lo banaliza de una manera, en un tono de comedia, que, a mí, me molestó", comentaba en la mesa de tertulia en la

que también había otros comentaristas como María Gómez o Boris Izaguirre.

“Entiendo que un cineasta tiene que hablar de lo que quiera y contar su punto de vista. Pero como Hollywood es una máquina de generar pensamiento, el cine lo es, genera ideología y te ayuda a entender otras realidades, me dejó bastante patidifusa que mostrar la prostitución de una manera tan estetizada, casi romantizada”, añadía Dolera.

Momento que Izaguirre aprovechaba para comentar que un amigo suyo había comentado que Anora era la Pretty Woman del siglo XXI.

“Si hemos conseguido generar un pensamiento crítico en torno a que las niñas no quieran ser princesas, sino que también quieran ser las protagonistas de sus historias y conquistar el mundo, ahora vamos a tener que tener cuidado de que las niñas no quieran ser princesas prostitutas de un multimillonario ruso”, añadía la actriz.

Aluvión de críticas

Y claro, como siempre ocurre con Dolera, se han analizado sus palabras y no han gustado a todo el mundo, sobre todo a los que no toleran su carácter feminista.

De hecho, los haters más acérrimos de la actriz han saltado en twitter para criticar sus palabras y lo han hecho con discursos ideológicos y políticos en muchos de los casos.





Joselu Zarco

@ZarcoJL · Seguir



Como sociedad deberíamos alcanzar el consenso de que a los idiotas hay que retirarles el altavoz. Si Leticia Dolera no tiene capacidad de comprender lo que ve debería, como hacemos todos, conformarse con escribir 3 tweets irrelevantes en su cuenta y ya

[x.com/MovistarPlus/s...](#)



Movistar Plus+ @MovistarPlus

Leticia Dolera analiza 'Anora' y todo lo que la victoria de la película de Sean Baker conlleva. #Oscars2025



12:44 p. m. · 4 mar. 2025



81



Responder



Copia enlace

[Leer 6 respuestas](#)



alex@

@corrdobaaa · Seguir

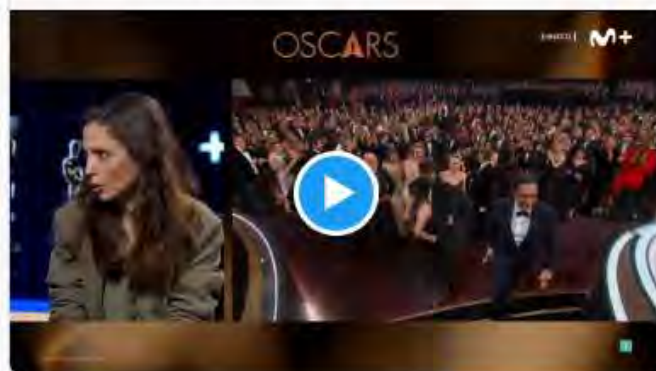


Leticia Dolera habría hecho una película lacrimógena donde a cada escena Anora dijera lo mal que lo pasa siendo prostituta, despojando al personaje de cualquier dignidad y carácter. Afortunadamente la hizo Sean Baker y no Leticia



Movistar Plus+ @MovistarPlus

Leticia Dolera analiza 'Anora' y todo lo que la victoria de la película de Sean Baker conlleva. #Oscars2025



11:25 a. m. · 4 mar. 2025



403



Responder



Copia enlace

[Leer 6 respuestas](#)



Andreu Sau Ramírez
@TheRealAndySau · [Seguir](#)



Leticia Dolera no debería volver a analizar nada relacionado con el cine jamás en la vida. Lo que no puede ser es que supuestos "entendidos de cine" sean unos completos inútiles y tengan menos nivel que un random de Twitter. Se os tendría que caer la cara de vergüenza Movistar.



Movistar Plus+ @MovistarPlus

Leticia Dolera analiza 'Anora' y todo lo que la victoria de la película de Sean Baker conlleva. #Oscars2025



12:22 p. m. · 4 mar. 2025



64



Responder



Copia enlace

[Leer 9 respuestas](#)



Jose Manuel Tenorio
@tenoriopap · [Seguir](#)



Leticia Dolera. En una mesa redonda me dijo que nunca había visto una peli de Cary Grant. Que no pasa nada, que no es necesario... pero la culpa no es de ella, es de quien la lleva como experta a comentar los Oscar



Cinefilia Cult @cinefiliacult

- Boris Izaguirre dice que un amigo le ha dicho que es como la Pretty Woman de este siglo
- Alejandro parpadea 88 mil veces
- Leticia Dolera dice que le ha defraudado, seguro que viendo la película esa mañana y leyendo twitter... ahm, y no se enteró que Baker NO es Hollywood...

Me...

2:14 p. m. · 4 mar. 2025



51



Responder



Copia enlace

[Leer 9 respuestas](#)



Aunque, como siempre en este tipo de debates tan encendidos, siempre hay opiniones divididas y en este caso no iba a ser diferente. También los hay quienes han dado la razón a la actriz y han avalado sus palabras.





¿Y tú? ¿Ya has visto la mejor película del año según los Oscar?

Dónde ver 'Anora', la ganadora a mejor película en los Premios Oscar 2025

Daniel de Partearroyo NOTICIA 04.03.2025 - 18:00h

La película dirigida por Sean Baker y protagonizada por Mikey Madison se ha llevado cinco estatuillas.



Mikey Madison en 'Anora' Cinemanía

Anora ha sido la gran triunfadora de los Premios Oscar 2025 con una jugada prácticamente maestra. La ganadora del premio de mejor película sumó cinco estatuillas de las seis a las que optaba, llevándose además del máximo galardón los de mejor dirección, mejor guion original y mejor edición para Sean Baker, y el de mejor actriz protagonista para Mikey Madison.

La película aún puede verse en más de 180 salas de cine en España, y es previsible que su número de espectadores aumente este próximo fin de semana gracias al tirón de los Oscar. Un quinteto de galardones que se añaden al cúmulo de premios que ha cosechado Anora desde su paso por el Festival de Cannes, donde se alzó con la Palma de Oro.

¿De qué va Anora? La película cuenta la historia de Ani (actuación resplandeciente de Mikey Madison), una trabajadora sexual de Nueva Jersey que entabla una relación con el hijo millonario de un oligarca ruso. Una comedia romántica convertida en frenético thriller nocturno a contrarreloj.



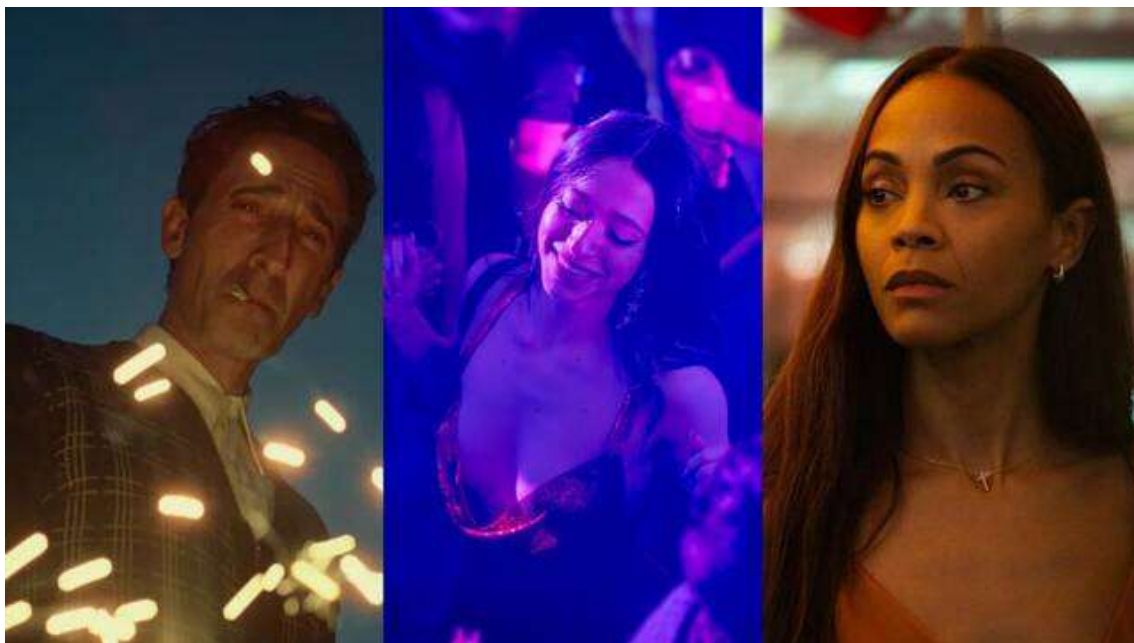
Ver 'Anora' en casa

Además de estar disponible en los cines, Anora también ha iniciado su desembarco en el mercado del VOD. Actualmente está disponible para alquiler y compra en Movistar Plus+, Apple TV+ y Amazon.

El jueves 7 de marzo llega a Filmin. La plataforma de streaming, donde también puedes encontrar otras películas del director Sean Baker, lanza una promoción especial: un mes de suscripción más el visionado de Anora por 12,99€ (dos euros menos del precio habitual).

Dónde y cómo ver todas las películas premiadas de los Óscar 2025 en streaming: desde 'Anora' a 'The Brutalist' y 'Emilia Pérez'

La gala de los Óscar 2025 ha sido una caja de sorpresas, y en Vandal te explicamos dónde ver todas las películas premiadas del evento de Hollywood en streaming.



Xavi Mogrovejo · 8:23 4/3/2025

La 97.^a edición de los Premios Óscar ha sido una gala para el recuerdo sin necesidad de polémicas; el caso de 'Emilia Pérez' y la controversia con Karla Sofía Gascón no eclipsó la gala de la Academia, que estuvo reinada absolutamente por 'Anora' y el triunfo de Sean Baker como cineasta pasando por encima de otros directores como Steven Spielberg, James Cameron o Bong Joon-Ho.

Tras la distribución de premios, no son pocos los espectadores que quieren hincarle el diente a las producciones más importantes y destacadas de la ceremonia, como 'The Brutalist', 'Emilia Pérez' o 'Flow'. En este artículo explicamos cómo ver las películas galardonadas en las diferentes plataformas streaming disponibles en España y ya os avisamos; para estar al día habrá que estar suscrito a unos cuantos servicios.

Dónde y cómo ver todas las películas premiadas de los Óscar 2025 en streaming: desde 'Anora' a 'The Brutalist' y 'Emilia Pérez'

SkyShowtime, Movistar+ y Filmin son las plataformas principales para disfrutar de las películas más queridas de los Óscar de 2025. La plataforma que suele traer los contenidos de Peacock y Paramount+, la primera mencionada, acierta haciéndose con las galardonadas rebasando a otros servicios como Max y Prime Video. No todas las películas tienen fecha establecida para llegar a streaming, y es que algunas aun están en cartelera y van a tener una segunda vida gracias a sus premios, pero por lo menos sabemos dónde aterrizarán.



- Anora - Próximamente en SkyShowtime
- The Brutalist - Próximamente en SkyShowtime
- Wicked - Próximamente en SkyShowtime
- A Real Pain - Próximamente en Disney+
- Emilia Pérez - Disponible a partir del 28 de marzo en Movistar Plus+ y Filmin
- La sustancia - Ya disponible en Filmin y Movistar Plus+
- Dune: Parte 2 - Ya disponible en Max y Movistar Plus+
- Cónclave - Próximamente en Movistar Plus+
- Aún estoy aquí - Próximamente en Movistar Plus+
- Flow - Disponible a partir del 16 de mayo en Filmin
- No other land - Ya disponible en Filmin y Movistar Plus+
- No soy un robot - Ya disponible en Movistar Plus+
- A la sombra del ciprés - Ya disponible en Movistar Plus+
- Nickel Boys - Ya disponible en Amazon Prime Video



Filmin, Movistar+ y SkyShowtime
con clave para ver las premiadas
en los Óscar.

Esperamos que pronto se actualicen las fechas de lanzamiento de películas como 'Anora' en streaming. Probablemente, durante las próximas semanas tendremos más información, cuando haya pasado la ola de los Óscar y se acabe de rascar en taquilla con las producciones. Os mantendremos informados.

Actualidad > Cine

El documental ganador del premio Oscar 2025 ya está en plataformas de streaming en España y su argumento es una sorpresa que impacta más por lo que no cuenta

No, 'No Other Land' no trata sobre el reciente conflicto bélico de Israel en Gaza. Pero lo mejor del mismo es que ni siquiera lo necesita.

Por Rafael Sánchez Casademont Publicado: 04/03/2025



Otro año más hemos superado los Premios Oscar. Lo cierto es que este año estamos muy contentos con la lógica de un palmarés que se preveía repartido, y donde no había favoritas claras. Al final las dos mejores películas, Anora y The Brutalist, fueron

las que más premios se llevaron. Y tampoco se fueron de vacío Emilia Pérez, Wicked, Dune: Parte 2, Cónclave o La sustancia. Quizás la gran aunque esperada perdedora fue A Complete Unknown, que se fue sin premio pese a contar con ocho nominaciones.

Sin embargo, el gran titular es obvio, y es que Anora acabó siendo la ganadora llevándose todos los premios importantes. Cuatro de sus cinco galardones, de hecho, van para un Sean Baker que ha hecho historia en los Oscar. Pero ya sabemos que los Oscar y su "Mejor Película" es solo la categoría principal en teoría. También podemos fijarnos en que la genial Flow. Un mundo que salvar, se hizo con el Oscar a Mejor Película de Animación. En general fue un año donde los Oscar miraron con más cariño que nunca al cine independiente por encima de los grandes estudios. También significó el cuarto Oscar para Sudamérica, el primero para Brasil, con la victoria de Aún estoy aquí en la categoría de Mejor Película de Habla no Inglesa.

Pero hay otro Oscar a Mejor Película, el de Mejor Película Documental, al que deberíamos prestarle atención. Ahora que las películas de habla de inglesa ya están habitualmente incluidas en la categoría grande y general, nos toca repetir que ya va siendo hora de que las películas de animación y documentales puedan luchar también por todo. Al fin y al cabo son películas, y punto. Dicho esto, tenemos que recomendar No Other Land. La ganadora del Oscar 2025 a Mejor Largometraje Documental está disponible en Movistar Plus+ y en Filmin, lo que la hace un visionado perfecto para la resaca de la gala.



Frank Micelotta//Getty Images

Quien vio la retransmisión de la gala supo que la película está hecha por el palestino Basel Adra y el israelí Yuval Abraham. Y habrá presupuesto que la película trata sobre la reciente guerra que tanto hemos visto en las noticias. Es normal deducir que No Other Land se centrará en lo horribles que han sido los israelíes en su respuesta a los secuestros de sus ciudadanos. Cómo su respuesta con bombas sobre población civil, sobre niños, ha sido tan desproporcionada que la palabra genocidio ya no le suena a nadie como una exageración. Pero no, No Other Land no trata de eso.

Hay muchos que han excusado al estado de Israel y sus acciones recientes sobre el pueblo palestino remitiéndose a los secuestros de sus ciudadanos, a la búsqueda de estos, incluso a su venganza como método intimidatorio necesario contra unos terroristas. Pues bien, cómo será la sorpresa de esta gente al ver No Other Land y descubrir que la película acaba antes de este suceso. Israel, y sus barbaridades, llevan sucediendo desde su propia fundación. Un acto salvaje de colonialismo moderno y limpieza étnica que es precisamente lo que cuenta No Other Land, sin necesidad siquiera de utilizar el conflicto bélico más desigual y sangriento de las últimas décadas.



No Other Land nos cuenta, y nos muestra, cómo sus protagonistas ven día a día demolidas sus aldeas centenarias porque el estado de Israel ha decidido, en sus propios tribunales, que esas tierras ahora pertenecen a su ejército y que esos asentamientos más antiguos que ellos son ilegales. Nos muestra cómo los soldados disparan a civiles que solo defienden las herramientas con las que reconstruyen sus chabolas después de cada demolición. Nos enseña cómo destruyen un colegio o cómo les estropean un pozo porque "ahora para el agua hay que tener permiso". Permisos que, por supuesto, nunca les darán. Pero quizás lo más escalofriante de No Other Land es comprobar cómo, antes del conflicto bélico supuestamente provocado por los secuestros, civiles armados israelíes acudían a agredir y disparar a estos palestinos mientras el ejército, la única fuerza de seguridad autorizada, les supervisa y protege.

No Other Land es un documento escalofriante precisamente por eso, porque no le hace falta ni siquiera llegar a la guerra. Solo necesita el día a día "de paz" del pueblo palestino estos últimos años, estas últimas décadas, para enseñarnos el abuso de poder más evidente que cualquiera puede imaginar. Más allá de niños muertos por bombas, No Other Land recuerda que un palestino no tiene derecho más que a justicia israelí, a policía israelí, a trabajo israelí, a permisos para el agua o de conducir israelíes... Les han quitado el derecho a vivir, oficialmente.

ESPINOF

Tiene 2 nominados al Óscar, una estremecedora historia real que enfurece a un presidente, y por fin se puede ver en streaming

La historia de origen de villano más terrorífica por increíblemente real



Hace una hora Pedro Gallego

La producción de las películas siempre es un asunto complejo, llevando habitualmente varios años para poder llevar cualquier historia a la pantalla. En ese tiempo el momento cultural puede cambiar radicalmente, haciendo que lo que se cuenta sea aún más relevante o incluso lo contrario, que ya apetezca realmente poco querer verla.

Eso no resta necesariamente valor a la factura de la película en cuestión, pero muestra como la experiencia sigue siendo subjetiva hasta el extremo, y es algo que algunas pueden navegar mejor que otras. Es posible que hace unos meses apeteciese mucho ver algo como 'The Apprentice. La historia de Trump', y hoy día uno no quiera saber nada de ella. O quizá todo lo contrario.

Creando un monstruo

Esa ambivalencia entre lo necesario y lo innecesario es lo que tiene que solventar la película sobre el actual presidente de los Estados Unidos. Dos actores nominados al Oscar como Sebastian Stan y Jeremy Strong se lucen en esta estremecedora historia real sobre el poder que dirige Ali Abbasi y que ya se puede ver en streaming a través de Movistar+.

Un joven Donald Trump busca establecerse como empresario de éxito para impresionar a su adinerada familia y a su padre. Intentando elevarse como entrepreneur inmobiliario, busca una lucrativa alianza con el despiadado abogado Roy Cohn, que además de representar y ayudar al ambicioso joven le da todas sus claves para dominar la vida y el capitalismo. Así, le va dando forma hasta convertirlo en el discípulo perfecto.

La historia está contada de manera poco disimulada como la de origen de un villano, como un monstruo formándose a partir de los delirios de grandeza de un maníaco doctor. Con secuencias que hacen explícita la influencia del cine de terror, 'The Apprentice' trata de destacar entre otros biopics sobre protagonistas poco empatizables que deben ser representación de los males que pueblan el presente.

'The Apprentice. La historia de Trump': una esponja absorbente

The Apprentice 2024 Jeremy Strong Sebastian Stan

Abbasi sin duda busca proporcionarle estilo a través de una fotografía añeja y cuidada, además de intentar que el trabajo actoral sea lo bastante potente para evitar posibles distracciones (un maquillaje no tan óptimo, el hecho de que es imposible ser más parodia que el propio Trump). Tiene más complicado compensar una limitación fundamental de su guion, que nos obliga a seguir a un protagonista deliberadamente desprovisto de interioridad o pensamiento propio para poder ser la esponja que absorba todos los métodos de su mentor.

Es posible que 'The Apprentice' aterrizase mejor sus intenciones de estar contada plenamente desde el punto de vista del "mad doctor", siguiendo el auge y declive de un Cohn que tiene que lidiar con su propia creación. Tanto el personaje como Strong ofrecen la parte más interesante del relato que funciona lo suficiente en querer plasmar el horror que supone el ascenso de este hombre, aunque no es un viaje que ilusione demasiado ver ahora mismo.



Si tienes Movistar Plus+, estas son las 17 películas de estreno imprescindibles para este mes de marzo en la plataforma

Temáticas variadas con acción, suspense, terror y misterio en unas cintas de lo más entretenidas para un perfecto plan de sofá y mantita



1 Marzo 2025 Paco Rodríguez

Movistar Plus+ continúa ampliando el catálogo de cine de estreno disponible en la plataforma y este mes de marzo llega cargado de buenos títulos de lo más taquillero especialmente si nos gusta la acción.

De entre todos los lanzamientos previstos para este mes hay unos cuantos 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 los más destacados para los próximos días.

'Napoleón'



Desde el miércoles 19 de marzo llega 'Napoleón', un título rodado por el legendario Ridley Scott, quien ya trató las guerras napoleónicas en su ópera prima 'Los duelistas'. Es un biopic repleto de espectaculares batallas, sexo y opulencia, con el que se introduce en el lado más íntimo de Napoleón Bonaparte, interpretado en esta ocasión por Joaquin Phoenix.

Desde su ascenso a finales de la Revolución Francesa hasta su muerte en la isla de Santa Elena en 1821, Scott recorre veinticinco años marcados por la tumultuosa relación de Napoleón con Josefina, su mayor obsesión.

'Oppenheimer'



Disponible desde el miércoles 26 de marzo, esta cinta fue ganadora de 7 premios Oscar en 2024, incluyendo mejor película, director y actor. El director de 'Memento', Christopher Nolan, se adentra en la mente de J. Robert Oppenheimer, el padre de la bomba atómica, en este exitoso biopic de gran virtuosismo visual y técnico protagonizado por Cillian Murphy.

Está acompañado por un espectacular reparto de estrellas como Emily Blunt, Matt Damon, Robert Downey Jr, Gary Oldman, Kenneth Branagh, Rami Malek, Florence Pugh o Josh Hartnett.

'El cuervo (The Crow)'



Movistar emite desde el viernes 21 de marzo esta película donde Bill Skarsgård (saga 'It') es el protagonista de esta moderna reinvención de la novela gráfica homónima de James O'Barr que ya había sido llevada al cine en 1994 con Brandon Lee como protagonista.

Su director, Rupert Sanders ('Ghost in the Shell: El alma de la máquina'), define la película como "dos historias en una: una de venganza, en forma de un thriller de acción, y otra romántica".

'Escape'

Disponible desde el domingo 23 de marzo y producida por Martin Scorsese, esta cinta está protagonizada por Mario Casas y dirigida por Rodrigo Cortés ('Buried (Enterrado)').



'Escape' es una película inclasificable donde se cuenta la historia de N., un hombre tan desesperado que su único propósito en la vida es entrar en la cárcel. Una historia que Cortés define como 'La fuga de Alcatraz', pero al revés.

'Romper el círculo'



Desde el viernes 7 de marzo Blake Lively ('Gossip Girl') protagoniza la adaptación de la novela homónima de Colleen Hoover, un drama romántico superventas que cautivó al mundo entero y que habla sobre la violencia machista, los abusos y el trauma.

'Marco'



Desde el viernes 14 estará disponible esta película donde Eduard Fernández ganó el Goya 2025 al mejor actor por su papel de Enric Marco Batlle, un supuesto superviviente de los campos de concentración del Tercer Reich que resultó no haber pisado nunca ninguno.

Dirigida y escrita por Aitor Arregi y Jon Garaño ('La trinchera infinita'), 'Marco' narra la historia real de este gran impostor desde sus años de prestigio hasta que sus mentiras son descubiertas por el historiador Benito Bermejo y tiene que admitirlo todo.

'Emilia Pérez'

Desde el viernes 28 de marzo se estrena en la plataforma esta película con 13 nominaciones a los Oscar 2025: la película extranjera más nominada en estos premios.

Una historia de narcos, una historia trans, un musical, un thriller policíaco, una película romántica, un drama violento, una comedia negra... todo eso, y mucho más, es 'Emilia Pérez', dirigida por Jacques Audiard ('Un profeta') y protagonizada por Zoe Saldana, Karla Sofía Gascón, Selena Gomez y Adriana Paz.

Otras películas de estreno para marzo de 2025

Además de las anteriores, Movistar estrenará este mes otra serie de títulos quizá menos conocidos y que han pasado algo más desapercibidos en taquilla pero a los que merece la pena darles una oportunidad. Son los siguientes:



'VERANO EN DICIEMBRE' - Desde el martes 18

'SIMPLE COMO SYLVAIN' - Desde el domingo 9

'DE NATURALEZA VIOLENTA' - Desde el lunes 17

'THE LAST STOP IN YUMA COUNTY' - Desde el jueves 13

'EL MONJE Y EL RIFLE' - Desde el lunes 3

'UNA MADRE DE TOKIO' - Desde el jueves 6

'RED CLASIFICADA' - Desde el domingo 16

'SIEMPRE JÓVENES' - Desde el domingo 30

'LAS HABITACIONES ROJAS' - Desde el lunes 24

'SOMOS ZOMBIS' - Desde el martes 25

'THE ARCTIC CONVOY' - Desde el martes 11



Dos nuevos canales, cine de estreno y series internacionales: todas las novedades de Movistar Plus+ en marzo

El mes de los Óscar se dejará notar en la televisión de Movistar con un buen puñado de estrenos en cine y series



28 Febrero 2025 plokiko

Comienza el mes de marzo cargado de novedades en Movistar Plus+. El pistoletazo de salida será la gala de los Óscar, que volverá a ser emitida en exclusiva en España por la televisión de Telefónica, pero los suscriptores también tendrán acceso a una amplia gama de contenidos que incluyen estrenos cinematográficos, series internacionales y dos nuevos canales temáticos.

Estrenos de cine



El servicio de streaming arranca el mes con fuerza, presentando una selección de películas que han sido aclamadas en la gran pantalla. Entre los títulos más destacados se encuentran:

- "The Apprentice: La historia de Trump" (2 de marzo): Un biopic protagonizado por Sebastian Stan que explora los orígenes del magnate estadounidense.
- "Napoleón" (19 de marzo): La épica biografía dirigida por Ridley Scott llega a la plataforma.
- "Oppenheimer" (26 de marzo): La galardonada película de Christopher Nolan estará disponible para los suscriptores.
- "Emilia Pérez" (28 de marzo): Este estreno coincide con la ceremonia de los Óscar, donde la película podría brillar.

Además, Movistar Plus+ ofrecerá estrenos directos como "El monje y el rifle" (3 de marzo), "Antes era divertido" (4 de marzo), "Los vigilantes" (5 de marzo), "Una madre de Tokio" (6 de marzo), "Romper el círculo" (7 de marzo), "Simple como Sylvain" (8 de marzo), "The Arctic Convoy" (11 de marzo), "El Mayordomo Inglés" (12 de marzo), "The Last Stop in Yuma County" (13 de marzo), "Marco" (14 de marzo), "Red Clasificada" (16 de marzo), "De naturaleza violenta" (17 de marzo), "Verano en diciembre" (18 de marzo), "Niégalo siempre" (20 de marzo), "El Cuervo" (21 de marzo), "Escape" (23 de marzo), "Las habitaciones rojas" (24 de marzo), "Somos zombis" (25 de marzo), "La Patrulla Canina: La Superpelícula" (27 de marzo), "Siempre jóvenes" (30 de marzo) y "Diabólica" (31 de marzo).

Series internacionales



La plataforma refuerza su catálogo con nuevas series de producción internacional:

- "Miss Austen" (6 de marzo): Un drama de época basado en la novela de Gill Hornby sobre Jane Austen y su hermana.
- "Wolf Hall" (10 de marzo): Las dos temporadas de esta aclamada serie histórica estarán disponibles.
- "Último acto" (11 de marzo): Una miniserie sueca que explora el impacto del teatro en la rehabilitación penitenciaria.
- "Reinas del Soho" (17 de marzo): Una serie que retrata el auge de los clubes nocturnos en el famoso barrio londinense.
- "Dos familias" (22 de marzo): Miniserie que narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer por un error cometido en el hospital.

Nuevos canales temáticos

El Canal de musicales: Del 27 de marzo al 27 de abril, los amantes del género podrán disfrutar de un canal dedicado exclusivamente a películas musicales desde 1970 hasta la actualidad. Se incluirán clásicos como "Grease", "Los miserables", "Moulin Rouge", "The Rocky Horror Picture Show", "Jesucristo Superstar", "Chicago", "Hairspray", "¡Mamma Mia!" y "Al otro lado de la cama", entre otros.

En Canal Los 90 por M+, que estará disponible en la plataforma desde el próximo 20 de marzo, se convertirá en un espacio nostálgico en el que se exhibirán los filmes que marcaron a toda una generación.

En su programación podrán verse algunas como Titanic, Forrest Gump, El club de la lucha, Uno de los nuestros, La lista de Schindler, El silencio de los corderos, Braveheart, Sospechosos habituales, JFK: Caso abierto, El fugitivo, La caza del Octubre Rojo, Juego de patriotas, Peligro inminente o Casino, entre otros, además de documentales como Generación Matrix.

LOS LUNES SERIÉFILOS

CINE NOTICIAS SERIES

Mes de adaptaciones seriéfilas y mucho cine de calidad con 'Marco' o 'Emilia Pérez': así es marzo en Movistar

Raúl Amores 01 marzo, 2025



El calendario de novedades de la plataforma española se acerca a la primavera con mucha adaptación y cine de calidad con mucha participación española

Llega el mes de marzo y la cosa se pone ventosa y no solo por el viento del refranero español. Son tantas las novedades y estrenos de Movistar Plus+ para marzo de 2025 que nuestros culos van adquirir el poder de pegarse, cual ventosa, al sofá para querer disfrutar de todas las series, películas, documentales y programas que llegan a la plataforma español por excelencia.

Empezamos por las series, donde llega el mundo de las adaptaciones de novelas a lo bestia: 'Miss Austen', 'Reinas del Soho', 'Dos familias' y 'Último acto' llegan en su formato serie, pasando del papel a la pequeña pantalla.

Si hablamos de cine, son muchas las películas que se incorporan y estrenan en Movistar Plus+ este mes de marzo de 2025. Podemos destacar la envuelta en polémicas 'Emilia Pérez' y la premiada española 'Marco'. Pero llegan muchas más como 'Romper el círculo', 'Napoleón' o la

nueva versión de 'El Cuervo'. No olvidarnos de los estrenos directos y acciones especiales.



El musical 'Emilia Pérez', envuelto en polémicas varias, llega a los estrenos de Movistar Plus+ en marzo de 2025

En cuanto a documentales, destacan los documentales dedicados al mes de la mujer con el duro 'Sumisión química: el caso Gisèle Pelicot', narrado por su propia hija. Además, haremos un recorrido natural nunca vista del país de las oportunidades con 'The Americas'.

Vamos allá con el listado y calendario completo de las novedades y estrenos de Movistar Plus+ para marzo de 2025. Como siempre por categoría y fecha de llegada. No olvides echarle un vistazo a lo que llega al resto de plataformas este mes.

SERIES – Novedades de Movistar este mes de marzo de 2025

Miss Austen – Desde el jueves 6 de marzo.

Explora la relación de Jane Austen con su hermana mayor Cassandra, ofreciendo una visión íntima de la vida de una de las escritoras más reconocidas de la literatura inglesa. Jane Austen (Patsy Ferran) escribió cientos de cartas a familiares y amigos. Años después de su muerte, su hermana Cassandra (Keeley Hawes) quemó la mayor parte de esta correspondencia. La razón sigue siendo uno de los mayores misterios literarios de todos los tiempos.

- Último Acto – Llega el martes 11 de marzo.
- Las Reinas de Soho – Estreno el lunes 17 de marzo.

Basada en 'Dope Girls: The Birth of the British Drug Underground', el clásico de culto del escritor Marek Kohn sobre el nacimiento de los clubes nocturnos en el Soho londinense y el preocupante consumo de drogas que siguió tras la Primera Guerra Mundial.



Las series que llegan a Movistar en marzo de 2025

- Dos familias – Desde el sábado 22.

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, 'Dos familias' narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer por un error cometido en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico? Es imposible siquiera imaginar el dilema a que se enfrentan estos padres.

CINE – Películas de estreno en Movistar Plus+ en marzo de 2025

Grandes estrenos

- The Apprencite (La historia de Trump) – Se incorpora el domingo 2 de marzo.
- Romper el círculo – Desde el viernes 7 de marzo.

Drama romántico que habla sobre la violencia machista, los abusos y el trauma. Lily no ha tenido una vida fácil y, ahora, su idílica relación con Ryle le parece demasiado bonita para ser verdad. Con la vuelta de Atlas, el primer amor de Lily, Ryle comienza a mostrar su verdadera cara.

- Marco – Gran estreno el viernes 14 de marzo.

Eduard Fernández ganó el Goya 2025 al mejor actor por su papel de Enric Marco Batlle, un supuesto superviviente de los campos de concentración del Tercer Reich que resultó no haber pisado nunca ninguno. Narra la historia real de este gran impostor desde sus años de prestigio hasta que sus mentiras son descubiertas por el historiador Benito Bermejo y tiene que admitirlo todo.



- Napoleón – Se incorpora el miércoles 19 de marzo. Lee nuestra reseña.
- El Cuervo (The Crow) – Desde el viernes 21 de marzo.

Bill Skarsgård (saga 'It') es el protagonista de esta moderna reinversión de la novela gráfica homónima de James O'Barr, que ya había sido llevada al cine en 1994 con Brandon Lee (que murió durante el rodaje) como protagonista.

- Escape – La película española se estrena el domingo 23 de marzo. Todos los detalles.
- Oppenheimer – Se incorpora el miércoles 26 de marzo. Lee nuestra crítica de la película.
- Emilia Pérez – Gran estreno el viernes 28 de marzo.

13 nominaciones a los Oscar 2025: la película extranjera más nominada en estos premios. Una historia de narcos, una historia trans, un musical, un thriller policíaco, una película romántica, un drama violento, una comedia negra... todo eso, y mucho más, es la original 'Emilia Pérez', dirigida por Jacques Audiard ('Un profeta') y protagonizada por Zoe Saldaña, Karla Sofía Gascón, Selena Gomez y Adriana Paz.



Otras joyas llegan a los estrenos de cine en Movistar en marzo

- El monje y el rifle – Se estrena el domingo 3 de marzo.
- Una madre en Tokio – Lanzamiento el jueves 6 de marzo.
- Simple como Sylvain – Estreno el domingo 9 de marzo.
- The Last Stop in Yuma County – Desde el jueves 13
- De naturaleza violenta – Llega el lunes 17 de marzo.
- Verano en diciembre – La española se podrá ver desde el martes 18 de marzo.

Narra, entre risas y lágrimas, el (re)encuentro de cuatro generaciones de una misma familia: una madre, sus cuatro hijas, su nieta y su suegra, una anciana con demencia senil a la que cuida la madre. Protagonizada por Carmen Machi, Bárbara Lennie y Vicky Luengo junto a Beatriz Grimaldos, Lola Cerdón, Irene Escolar, Nacho Fresneda, Silvia Marsó y Antonio Resines. Descubre su tráiler y más detalles.

Estrenos directos en Movistar Plus+ en marzo de 2025

Como siempre, llegan a la plataforma películas que no han pasado por las salas de cine españolas y se estrenan directamente en Movistar. Este mes de marzo son las siguientes:

- The Artic Convoy – Desde el martes 11 de marzo.
- Red clasificada – Llega el domingo 16 de marzo.
- Las habitaciones rojas – Se estrena el lunes 24 de marzo.
- Somos zombis – Desde el martes 25 de marzo.

El colectivo RKSS, responsables de obras de culto como 'Turbo Kid' o el ultraviolento slasher 'Wake Up', dirige esta supersangrienta y divertida

vuelta de tuerca a las pelis de zombis: aquí, los no muertos son un colectivo oprimido.

- Siempre jóvenes – Lanzamiento el domingo 30 de marzo.



Estrenos directos de cine en las novedades de Movistar Plus+ en marzo de 2025

Acciones exclusivas del mes: la gala de los Oscar y canales especiales

- Los Oscar 2025: la gala en directo y un canal dedicado

El domingo 2 de marzo se podrá ver en directo y en exclusiva en Movistar Plus+ la alfombra roja y la ceremonia de la edición número 97 de los Oscar. Las películas y cortometrajes que ya ofrece o llegarán próximamente a Movistar Plus+ han conseguido un total de 45 nominaciones.

Además, del 18 de febrero al 15 de marzo, los usuarios de la plataforma podrán disfrutar del canal 'Los Oscar por M+' (dial 15) con películas destacadas en la historia de los premios.

- Canal especial de musicales – Del 27 de marzo al 27 de abril.

Con motivo del estreno de 'Emilia Pérez', tendremos una acción y un canal especial dedicado a los grandes títulos modernos de este género que vuelve a estar de moda. Una colección y un canal que se podrán disfrutar con títulos que abarcan desde la década de 1970 hasta la actualidad.

DOCUMENTALES – En Marzo en Movistar

** Por ahora al departamento de prensa de Movistar se le ha olvidado publicar el resumen de novedades de documentales y solo conocemos algunas de las incorporaciones **

- The Americas – Serie documental desde el 3 de marzo.

Narrada en su versión original por Tom Hanks, nos revela las maravillas, secretos y fragilidades del gran supercontinente del mundo, la única masa continental que se extiende entre ambos polos. Cada episodio presenta un lugar emblemático del continente americano: 'La Costa Atlántica', 'México', 'El Salvaje Oeste', 'El Amazonas', 'El norte helado', 'La Costa del Golfo', 'Los Andes', 'El Caribe', 'La Costa Oeste' y 'Patagonia'.

- Sumisión química: el caso Gisèle Pelicot – Se estrena el 4 de marzo.

Gisèle Pelicot atrajo la atención mundial cuando, en septiembre de 2023, denunció a su marido. En su declaración, reveló que, durante casi 10 años, desde 2011 hasta 2020, fue violada por 72 hombres mientras estaba inconsciente. Esta es su historia, narrada por su propia hija.

- Las novias del Sur – Se puede ver desde el 8 de marzo. Conoce todos los detalles de este documental.



- Shere Hite y el orgasmo femenino – Desde el 8 de marzo.

Shere Hite fue una feminista pionera que generó controversia al abordar y normalizar la sexualidad femenina. En 1976, su 'bestseller', 'El informe Hite', sacudió a la clase dirigente al revelar las experiencias sexuales de miles de mujeres anónimas encuestadas. El libro desafió las concepciones de la época sobre el sexo y el placer de las mujeres, y Shere Hite enfrentó duras consecuencias por atreverse a hablar de estos temas.

CINE

Es uno de los dramas románticos de 2024, se ha convertido en una gran polémica y ya tiene fecha de estreno en Movistar Plus+



Javier Cazallas 1 mar. 2025

Movistar Plus+ trae a su catálogo una de las películas más sonadas de 2024, aunque se ha visto empañada por la controversia sucedida entre bastidores.

A lo largo de 2024, muchas películas pasaron desapercibidas ante el gran público. Romper el círculo no fue una de ellas, tanto por la atención recibida durante su temporada en cartelera como por todo lo que sucedió después. Pronto, Movistar Plus+ la pondrá a disposición de sus clientes.

Romper el círculo (It Ends With Us) parece, a todas luces, una comedia romántica con un triángulo amoroso que implica a Blake Lively, Justin Baldoni y Brandon Sklenar. El florido material promocional bien podría haber hecho que la película pasase inadvertida.

Pero pronto comenzó a sonar como un profundo drama sobre la violencia de género que amasó la friolera de 351 millones de dólares en todo el mundo. Ya quisieran algunas superproducciones de 2024 haber ganado eso.

La relación de Lily Bloom (Lively) con el cirujano Ryle Kincaid (Baldoni) parece ser perfecta, hasta que comienza a ver fantasmas de su pasado que le recordaron a la relación tormentosa que había entre sus padres. La llegada de su primer amor, Atlas Corrigan (Sklenar), complica las cosas, pero ofrece a Lily una salida.

Movistar Plus+ nos trae un gran drama en pantalla, y fuera de ella

Si bien la película fue un éxito, lo que sucedió tras su estreno no fue bonito. Romper el círculo se convirtió en el epicentro de una guerra abierta entre Blake Lively y Justin Baldoni que no ha hecho más que escalar en los últimos meses, con demandas presentadas por ambas partes.

El enfoque de la película, así como los presuntos cambios realizados por Lively sin consultar con el director y coprotagonista, fueron solo la punta del iceberg que permitió abrir la caja de los truenos, que aún nadie ha cerrado.



Los rodajes de películas pueden forjar amistades eternas, como la de Ke Huy Quan y Harrison Ford en Indiana Jones y el templo maldito, o desatar el infierno, como ha sucedido con Blake Lively y Justin Baldoni.

En cualquier caso, ciñéndonos a lo cinematográfico, que es lo importante, Movistar Plus+ estrena este 7 de marzo en su catálogo Romper el círculo, un drama romántico que merece mucho la pena, pese a la extraña apariencia que tiene y todo el circo que se desató después.

Recuerda que Movistar Plus+ también volverá a ser en marzo el hogar de los Óscar, empezando por la ceremonia de entrega, que se emitirá el 3 de marzo de madrugada.

Cine

"Se quedará metida en tu cabeza": Ganó 4 Premios Oscar, está en Movistar Plus+ y es la mejor película del siglo XXI

La película dirigida por el surcoreano Bong Joon-ho hizo historia en Hollywood al ser la primera de habla no inglesa en ser galardonada con el Oscar principal.

Por Fernando Sánchez Publicado: 05/03/2025



El cine surcoreano ha alcanzado un reconocimiento sin precedentes en los últimos años, y una de sus piezas clave es una película que desdibuja los límites entre el drama y el thriller con una maestría impecable. A través de una historia cargada de tensión, crítica social y giros inesperados, el director construye un relato que explora las desigualdades económicas con una narrativa tan fascinante como inquietante. La puesta en escena, el impecable manejo de los espacios y un elenco en estado de gracia convierten esta cinta en un referente dentro del séptimo arte.

La película hizo historia en la 92ª edición de los Premios Oscar al convertirse en la primera producción de habla no inglesa en ganar el premio a la Mejor película, además de obtener otros tres premios: Mejor director, Mejor guion original y Mejor película internacional. También se llevó la Palma de Oro en el Festival de Cannes, uniéndose a la exclusiva lista de películas que han ganado ambos galardones, junto a 'Días sin huella' (1945), de Billy Wilder, y 'Marty' (1955), de Delbert Mann. El filme se encuentra actualmente disponible en Movistar Plus +, a cuya plataforma de streaming te puedes suscribir por 9,99 euros al mes y sin permanencia teniendo acceso a uno de los catálogos más amplios y actualizados de cine y series de televisión.



Elegida como la mejor película del siglo XXI en el último número de la revista Fotogramas, 'Parásitos' (2019), de Bong Joon-ho, sigue la historia de la familia Kim, quienes, viviendo en un sótano en Seúl, encuentran una oportunidad de mejorar su vida cuando el hijo mayor consigue un trabajo como tutor de una familia adinerada. Poco a poco, los Kim se infiltran en la casa de los Park, ocupando distintos roles sin que la familia adinerada sospeche su parentesco. Sin embargo, lo que comienza como un engaño inteligente se transforma en una espiral de acontecimientos inesperados.



La cinta destaca por su impecable construcción visual y narrativa. Bong Joon-ho utiliza el espacio de manera magistral, convirtiendo los escenarios en metáforas de las diferencias de clase. Además, la película está repleta de referencias al cine de Alfred Hitchcock, desde el uso del voyeurismo o los personajes transitando por escaleras para aumentar la tensión, a una colección de películas del legendario director en la casa de los Park. El suspenso está perfectamente dosificado, con un ritmo que alterna entre la comedia negra y el thriller sin perder cohesión.

Una de las curiosidades más sorprendentes de la producción es la forma en que fue editada. El editor Jinmo Yang trabajó en Final Cut Pro 7, un software que Apple dejó de actualizar en 2011, utilizando una computadora sin actualizaciones desde 2014. A pesar de lo obsoleto de la herramienta, su trabajo le valió una nominación al Oscar en la categoría de Mejor montaje, lo que evidencia la precisión y talento con los que estructuró la película.



Si para medios como The Hollywood Reporter 'Parásitos' es "una reflexión sobre la complejidad moral del realismo social impactante y genialmente elaborada" e IndieWire apunto que se trata de una película "frenética, brillante e inclasificable", otras webs como Bloody Disgusting señalaron que se trata de "una obra única que nunca se limita a abordar un sólo género. Se quedará metida en tu cabeza hasta mucho después de que termine y pasará a formar parte de ti."

La crítica de Fotogramas de 'Parásitos' dice que "la fluidez con que Bong Joon-ho deriva de la comedia al thriller, incluso al cine de terror, sin que se le rompan las uñas, es sorprendente. Tal vez en ese difícil equilibrio de tonos, que tiene como objetivo hacer una sátira sobre el mundo contemporáneo tan hiriente como conmovedora, a Bong Joon-ho la película está a punto de escapársele de las manos en el tramo final, pero produce tal placer su hitchcockiano control de la puesta en escena, es tan apasionante y arriesgada, que se le perdonan sus excesos".

La supervivencia es criminal. Tráiler de 'Reinas del Soho'

Vía BBC, Sony Pictures, Movistar Plus+ por Wanchope 04 de marzo de 2025



'Reinas del Soho' arranca con Kate Galloway, una mujer que lo ha perdido todo después de que su marido se suicide. Junto a su hija adolescente, con desparpajo y bastantes agallas, abre un garito en el Soho londinense, un barrio que pronto controlan bandas de mujeres que regentan los clubs y controlan el negocio de las drogas y el alcohol.

Como respuesta, la policía metropolitana experimenta con una división de agentes femeninas infiltrando a una de ellas, Violet Davies, en la banda de Kate...

Julianne Nicholson, Eliza Scanlen, Eilidh Fisher, Umi Myers, Geraldine James, Sebastian Croft y Rory Fleck Byrne encabezan el reparto de esta serie creada por Polly Stenham a partir de 'Dope Girls: The Birth of the British Drug Underground', el clásico de culto del escritor Marek Kohn sobre el nacimiento de los clubes nocturnos en el Soho londinense y el preocupante consumo de drogas que siguió tras la Primera Guerra Mundial.

'Reinas del Soho' es una producción de Bad Wolf y Sony Pictures Television que se estrenará en Movistar Plus+ el próximo 17 de marzo. Dicho día se estrenarán sus dos primeros episodios, con un nuevo episodio disponible cada lunes hasta completar un total de seis.

A continuación, además de su tráiler internacional, un vídeo "Detrás de las Cámaras" de nueve minutos sobre la serie.



SERIES ITALIANAS, THRILLERS Y VESTIDAZOS

Los estrenos de series de marzo: el regreso de la precuela de Yellowstone, las series de época de Netflix y dos comedias repletas de estrellas

Wagner Moura, conocido por encarnar a Pablo Escobar en Narcos, y James Norton, eterno candidato a interpretar al próximo 007, son algunos de los protagonistas de las series que llegarán a las plataformas de streaming en las próximas semanas.



James Norton en una imagen de Dos Familias, la miniserie británica que se estrena en marzo en Movistar Plus+. / movistar plus+

Tras un mes de febrero breve pero intenso llega marzo, dispuesto a mantenernos pegadas al sofá, por mucho que la meteorología mejore. Porque en el tercer mes del año nos esperan emociones fuertes gracias a los estrenos de series, que van desde el regreso la precuela de Yellowstone a las series de época de Netflix, pasando por dos comedias con repartos repletos de estrellas.

Biopics de carácter histórico, dramas familiares en los que los hijos son el punto de partida de intensos thrillers y, cómo no, una buena ración de espías son otras de las propuestas que llegan a las plataformas de streaming en marzo. Una estupenda forma de pasar nuestro tiempo libre antes de que termine la espera por el estreno más esperado del año, el de The Last of Us.

Y para que no te pierdas entre tantas propuestas, hemos seleccionado los 11 estrenos de series de marzo que no te puedes perder.



Julianne Nicholson es Kate Galloway en Reinas del Soho. / movistar plus+

Reinas del Soho. Movistar Plus +. 17 de marzo.

Basada en el clásico de culto del escritor Marek Kohn sobre el nacimiento de los clubes nocturnos en el Soho londinense y el consumo de drogas que siguió a la I Guerra Mundial, esta miniserie de seis episodios está protagonizada por Kate Galloway, una mujer que lo ha perdido todo tras el suicidio de su marido y junto a su hija adolescente abre un garito en el conocido barrio de la capital inglesa.

Desde allí controlarán las bandas de mujeres que regentan los clubs y el negocio de las drogas y el alcohol, algo que llevará a la policía a crear una división femenina que se infiltrará entre ellas. Julianne Nicholson, a la que conocimos por su papel de amiga del personaje de Kate Winslet en Mare of Easttown, es la encargada de interpretar a Kate, mientras que Eilidh Fisher (The Power) encarna a su hija y Eliza Scanlen (Mujercitas) interpreta a la agente infiltrada Violet Davies.



James Norton y Niamh Algar en una imagen de la miniserie británica Dos Familias. / Movistar plus+

Dos familias. Movistar Plus +. 22 de marzo.

Basada en el libro de J. P. Delaney, esta miniserie británica de cuatro episodios narra la pesadilla de dos parejas que sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer por un error cometido en el hospital. Años después, se enfrentan a un dilema, quedarse con el niño que han criado o reclamar a su hijo biológico. Un thriller psicológico que cuenta en su reparto con James Norton como protagonista principal.

El documental de los 7 maratones de Verdeliss: fecha de estreno y dónde verlo

Una de las grandes hazañas del deporte en los últimos meses ha sido el reto de Verdeliss de correr 7 maratones en 7 continentes en siete días, un reto que ahora va a ser llevado a la pantalla en forma de documental



Francisco Salas Actualizado: 01/03/2025

Una de los grandes referentes del deporte de ultra distancia en España es la navarra Estefanía Unzu, que por ese nombre puede sonar quizá algo desconocida, sin embargo, si decimos Verdeliss, la cosa cambia. Esta influencer, que se hizo famosa por documentar su estilo de vida y el como mantener a una familia muy grande, de 8 hijos, lleva años en la cima de la popularidad. De hecho, pasó por GHVIP, lo que la acrecentó más. Sin embargo, poco a poco ha ido entrando de lleno en la élite de un deporte tan duro como es el de los ultra maratones.

Este fin de semana ha saltado la noticia de que ha conseguido batir en Australia el récord de España de los 100 kilómetros, sin embargo, no es esa la mayor hazaña de Unzu en los últimos meses. Y es que hace unas semanas completó la World Marathon Challenge, una prueba que consiste en hacer 7 maratones en 7 días en 7 continentes distintos. Y lo hizo con un objetivo solidario.

Estos siete maratones forman parte de la prueba, que arranca en la Antártida y continúa en lugares tan diferentes entre sí como Dubái, Ciudad del Cabo o Madrid. Mientras que la última etapa tiene lugar en Miami, pero más allá de la exigencia de recorrer esas largas distancias, también está el reto de adaptarse a temperaturas extremas que van desde los -15°C hasta los 38°C.



Verdeliss cruzando la meta de uno de los maratones del 'World Marathon Challenge'

Un reto de órdago

Durante los siete maratones, Verdeliss tuvo que recorrer un total de 295 kilómetros en una semana. Como ella misma explicó antes de comenzar el desafío, lo más complicado no sería la distancia en sí, sino la gestión del cansancio extremo y la falta de sueño, ya que los descansos solo eran posibles en el avión. Lo más difícil no iba a ser correr, pues para alguien como ella, tan habituada y entrenada un maratón es 'corto', sino que se le iba a complicar el gestionar el agotamiento y el sueño acumulado.

El World Marathon Challenge, con su exigente recorrido y la metodología que lo acompaña, no es un reto sencillo. De hecho, hasta la fecha, solo 139 personas en el mundo han logrado completarlo. Por eso, este logro se considera algo extraordinario, y la motivación detrás de él es un ejemplo de solidaridad. Y es que con esta hazaña, Verdeliss ha lanzado una campaña benéfica para recaudar fondos destinados a la investigación y visibilidad del síndrome Menke-Hennekam, una enfermedad rara que sigue siendo desconocida para la mayoría de la población, y que gracias a ella y a su gesta ha llegado a mucha más gente.

Una gran historia debe ser contada a lo grande

Era previsible que, con un reto de esta magnitud y la figura de Verdeliss, las ofertas para llevar a cabo un documental no se hicieran esperar, como así ha sido. En este caso, ha sido Movistar+ quien se ha quedado la historia. La plataforma se ha unido a la agencia Tech Brand Stories para llevar a cabo todo el proceso de preparación de estos maratones y poder seguirla a lo largo y ancho del planeta. Y va a ser muy profundo y completo, pues tal y como desveló Verdeliss, el material no se limitará a mostrar solo los momentos positivos, sino que también reflejará las dificultades y los momentos más duros que acompañan a cualquier reto deportivo, más aún a uno como este. Aunque Movistar+ aún no ha anunciado una fecha oficial, se espera que el documental se estrene a lo largo de 2025.

PROGRAMACIÓN

"The Americas", un recorrido por América como nunca se ha visto en Movistar Plus+

2 de marzo de 2025



Serie documental de 10 episodios

"The Americas" es una serie documental de 10 episodios que muestra las maravillas, secretos y fragilidades del gran supercontinente de la Tierra. La versión original de la serie está narrada por el ganador del Oscar® Tom Hanks, con música del compositor ganador del Oscar® Hans Zimmer.

Sinopsis

The Americas revela las maravillas, secretos y fragilidades del gran supercontinente del mundo, la única masa continental que se extiende entre ambos polos. Cada episodio presenta un lugar emblemático del continente americano: La Costa Atlántica, México, El Salvaje Oeste, El Amazonas, El norte helado, La Costa del Golfo, Los Andes, El Caribe, La Costa Oeste y Patagonia.

Las claves

Un documental de la Unidad de Historia Natural de BBC Studios (Planeta Azul y Planeta Tierra, disponibles en Movistar Plus+), en asociación con Universal

Television Alternative Studio y con la producción ejecutiva del ganador de los premios Emmy® y BAFTA Mike Gunton.

Para hacer esta serie documental se necesitaron 5 años y más de 180 expediciones. Explora las maravillas naturales de 15 países diferentes, entre los que se incluyen Argentina, Bahamas, Bolivia, las Islas Vírgenes Británicas, Brasil, Canadá, Chile, Cuba, República Dominicana, Ecuador, México, Panamá, Perú, Estados Unidos o Venezuela.

The Americas revela historias asombrosas y nunca contadas sobre la vida salvaje.

Una ambiciosa e incomparable producción de 10 episodios que utiliza la tecnología cinematográfica más avanzada para descubrir comportamientos nunca vistos y poner de relieve historias extraordinarias de la vida salvaje.

El ganador del Oscar® Tom Hanks pone voz a la narración con la música del también oscarizado Hans Zimmer.

Estreno en exclusiva el lunes 3 de marzo en Movistar Plus+. Cada lunes, un nuevo episodio.

La producción ejecutiva de The Americas está a cargo del prestigioso productor de naturaleza Mike Gunton, ganador de los premios Emmy® y BAFTA, para la Unidad de Historia Natural de BBC Studios, los productores de contenidos de historia natural más conocidos y respetados del mundo, en asociación con Universal Television Alternative Studio, una división de Universal Studio Group.

Cine Oscars 2025

Lo mejor de Los Oscars 2025, en Movistar Plus+ por sólo 9,99€ al mes

Vive en tu casa lo mejor del cine internacional de Movistar Plus+ gracias a su nueva plataforma de streaming sin permanencia. ¡Un estreno cada día!



M^a Belén Acosta Jiménez Martes, 4 de marzo 2025

Una vez más, la noche de Los Oscars, celebrada la pasada madrugada del domingo, fue una noche de sorpresas. La 97ª edición de los Premios de la Academia, entregados en el Teatro Dolby de Los Angeles, han decidido apostar por el cine indie convirtiendo a Anora, de Sean Baker, en la absoluta triunfadora de la gala.

La cinta, protagonizada por Mikey Madison (que ha arrebatado la preciada estatuilla a Demi Moore), ha conseguido 5 premios, incluyendo mejor película, mejor guión original, mejor montaje y también mejor dirección para el realizador de Nueva Jersey.

La otra gran favorita de la noche, The Brutalist, logró alzarse con tres galardones, sobre los que destaca el conseguido por Adrien Brody como actor protagonista; el segundo de su carrera.

Por el contrario, Emilia Pérez, que hasta la polémica desatada por Karla Sofia Gascón encabezaba todas las quinielas, ha tenido que conformarse con dos Oscars de 13 nominaciones, incluyendo el premio a mejor actriz secundaria para Zoe Saldaña.

¿Aún no te las has visto todas? Pues ahora tienes la oportunidad de celebrar tu propia ceremonia de los Oscar en casa con tus amigos cinéfilos gracias a Movistar Plus+. Esta nueva plataforma de streaming sin permanencia funciona exactamente igual que Netflix, HBO o Prime Video: sólo necesitas una suscripción mensual de 9,99€ para tener disponible todos sus contenidos. ¡Y no te hace falta ser cliente de fibra o móvil de Movistar!

Las nominadas y ganadoras de Los Oscars 2025 en Movistar Plus+

Emilia Pérez - Galardonada con 2 Oscars (Estreno el 28 de Marzo)

- Mejor actriz de reparto (Zoe Saldaña)
- Mejor canción original (El Mal)

Cónclave - Galardonada con 1 Oscar (Próximamente)

- Mejor guión adaptado (Peter Straughan)

La sustancia - Galardonada con 1 Oscar

- Mejor maquillaje y peluquería (Pierre Olivier Persin)

Aún estoy aquí - Galardonada con 1 Oscar

- Mejor película internacional (Brasil)

Dune: Parte II - Galardonada con 2 Oscars

- Mejores efectos visuales
- Mejor sonido

También podrás encontrar otras películas nominadas en estos Oscars 2025 en Movistar Plus+ como The Apprentice (1 nominación), que ya está disponible en la plataforma, o Las vidas de Sing Sing (3 nominaciones) que se estrenará próximamente.

Más películas oscarizadas en Movistar Plus+

- La zona de interés (2024, 2 Oscars)
- Anatomía de una caída (2024, 1 Oscar)
- La Ballena (2022, 2 Oscars)
- Top Gun Maverick (2022, 1 Oscar)
- Parásitos (2020, 4 Oscars)
- Green Book (2019, 3 Oscars)

- Joker (2019, 2 Oscars)
- Call me by your name (2017, 1 Oscar)
- El discurso del rey (2010, 4 Oscars)
- Braveheart (1995, 5 Oscars)

Si lo que de verdad te gusta del cine es poder verlo con tus personas favoritas, Movistar Plus+ te ofrece con su suscripción la posibilidad de compartir cuenta. Además, podrás reproducir de manera simultánea el contenido que prefieras en dos dispositivos. Dicho de otro modo, te ahorras el 50% al contratar esta nueva plataforma de streaming.

En su amplio catálogo tampoco faltan opciones para los más peques de la casa con su selección de cine infantil.

¿Y te gustan los clásicos de toda la vida? Pues con Movistar Plus+ tendrás a tu disposición títulos inmortales como Titanic, La lista de Schindler o Wyatt Earp: una de los westerns más recordados del recientemente fallecido Gene Hackman.

Recuerda que con el Bono Cultural Joven, te puedes ahorrar un 67% contratando una suscripción anual de Movistar Plus+ por sólo 39€.

Consulta en su página web toda la programación y su calendario de estrenos para decidirte a dar el salto al nuevo Movistar Plus+.

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



Tu Bono Cultural Joven también sirve con Movistar Plus+: un año de pelis, series, fútbol y más sale por solo 39 euros

Movistar Plus+ es la única plataforma de streaming compatible con el Bono Cultural Joven



Hace una hora Juan Lorente

No es fácil elegir plataforma de streaming, ya sea por catálogo o por precio. Solemos tener en mente siempre las que llevan más tiempo, como Netflix o Amazon Prime Video. Ahora bien, en lo que a variedad se refiere, ninguna llega al catálogo de Movistar Plus+, que sale a un precio brutal si dispones del Bono Cultural Joven: un año entero del servicio solo cuesta 39 euros.

Un año de Movistar Plus+ por lo que cuestan cuatro meses

Si disponemos del Bono Cultural Joven, tenemos 400 euros para gastar en un amplio abanico de productos o servicios relacionados con la cultura. Esta ayuda permite destinar hasta 100 euros para consumo digital o en línea, así que podemos destinar 39 euros de esta cifra para hacernos con un año entero de Movistar Plus+. Se trata de un auténtico chollo si

tenemos en cuenta de lo que cuesta un año sin esta promoción, que es casi 120 euros

El proceso es muy sencillo. Lo único que tenemos que hacer es acceder a la sección del Bono Cultural Joven en Movistar Plus+ y pulsar en 'Suscribirme ahora'. Al registrar nuestros datos, tendremos que introducir los datos de la tarjeta del Bono Cultural, ya sea física o digital. Al hacerlo, nos llegará un código de 6 dígitos para validar la compra, así como responder a la pregunta de seguridad que hayamos establecido previamente.



Cabe destacar dos puntos. Movistar Plus+ puede ser contratado sin necesidad de ser de esta compañía, seamos del operador que seamos. Además, no tiene ningún compromiso de permanencia, por lo que podemos darnos de baja en cualquier momento. Además, solo hay un único requisito para poder solicitar el Bono Cultural Joven: cumplir los 18 años este 2025.

Con Movistar Plus+ vamos a tener acceso a un catálogo enorme compuesto de mucho contenido original, como 'La Mesías' o 'Muertos SL'. Además, también encontraremos el mejor cine (con incluso muchas ganadoras de los premios Oscar, como 'La sustancia') e incluso fútbol. Una suscripción muy completa que, con el Bono Cultural Joven, sale a un precio brutal durante un año.

Algunos de los enlaces de este artículo son afiliados y pueden reportar un beneficio a Xataka. En caso de no disponibilidad, las ofertas pueden variar.