RESUMEN DE MEDIOS MIÉRCOLES, 26 DE MARZO DE 2025

TV DE PAGO ESPAÑA

Cambia el consumo en *streaming*: menos piratería y más deporte en directo (Cine y Tele)

Las plataformas de *streaming* se renuevan: Netflix tiene soporte HDR+ y Disney+ permite eliminar títulos de *Seguir viendo* (Europa Press)

Movistar Plus+ apuesta por un cambio de modelo con su nuevo CEO (Mundoplus.tv)

PIRATERÍA

Cloudflare bloqueará las conexiones HTTP sin cifrar en su API para evitar exponer información confidencial (Europa Press)

El cerco al IPTV se estrecha: Francia propone la mayor multa de la historia a la emisión de fútbol sin derechos (Xataka)

LA BATALLA MEDIÁTICA

El PP pide la comparecencia del presidente de Telefónica tras la reunión con el Gobierno y Vivendi (EL PAÍS)

PRISA amplía capital un 10% y da entrada a nuevos fondos (Expansión)

El Gobierno aprueba el paso técnico que permitirá crear un nuevo canal de televisión antes del verano (El Mundo, Expansión)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Buendía se suma a Diagonal en la tercera entrega de `La novia gitana' para Atresmedia (Cveintiuno)

IPG Mediabrands presenta su unidad de Entertainment en el 28º Festival de Málaga (VARIOS)

IA agéntica: la próxima revolución de la cadena de suministro de los *broadcasters* (Panorama Audiovisual)

RTVE deberá externalizar la mitad de la producción de su canal en catalán por falta de medios (ABC)

David Rodríguez (Comscore): "Hay que buscar soluciones para mejorar la asistencia a los cines" (Kinótico)

DEPORTE Y TV

La FIFA vende los derechos televisivos del Mundial 2026 y 2030 en Reino Unido a BBC e ITV (Palco 23)

El "fair play" del FC Barcelona vuelve a estar en peligro por las dudas que suscita la venta de los palcos VIPS del nuevo Spotify Camp Nou (SPORT)

La compañía catalana Parlem presentó al Barça un proyecto casi idéntico al del moldavo Birladeanu una semana antes de registrarse New Era en España (El Periódico)

El presidente de la RFEF señala a María Tato como responsable en el amaño del reparto de las sedes del Mundial (El Mundo)

Fabrice Jouhaud, director general de la liga francesa de baloncesto (LNB): "El primer paso a la sostenibilidad es aceptar que no existan cuatro ligas europeas" (2Playbook)

La NBA maneja un listado de once ciudades para su nueva Liga europea, entre ellas Madrid y Barcelona (Eurohoops)

Silver Lake completa la compra del 100% de Endeavor, propietario de la UFC y la WWE (2Playbook)

Múltiples torneos, premios, paga extra y vacaciones: ¿cómo funciona el ecosistema del tenis? (2Playbook)

SERIES MANIA 2025

Afrontando la era post-Peak TV: los datos que Ampere aporta en Series Mania (Variety)

Ampere: la producción de ficción está un 25% por debajo del máximo del Peak TV (Cveintiuno)

Ejecutivos internacionales en Series Mania observan un resurgir de la ficción *premium* (Cveintiuno)

El Observatorio Audiovisual Europeo explora las tendencias clave del panorama audiovisual europeo (Cineuropa)

Sony cierra acuerdos globales para la serie de Amanda Seyfried «Long Bright River»: Movistar Plus+ adquiere los derechos para España (Variety, The Hollywood Reporter)

Amanda Seyfried, una policía en una serie "necesaria" que demuestra que "nadie debe ser ignorado" (EFE / La Vanguardia)

Banijay France fusiona Shine Fiction y Banijay Studios France para crear un gigante del sector de la ficción (Variety, The Hollywood Reporter, Audiovisual 451)

Series Mania Forum premia al *thriller* dramático 'The Deal' en la primera edición de su nueva iniciativa destinada a los compradores (Audiovisual 451)

TELECOMUNICACIONES

MasOrange alerta de que los satélites de Musk y Bezos amenazan a las telecos españolas (Cinco Días)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Los estadounidenses gastan 69 dólares al mes en *streaming* y casi la mitad piensa que es demasiado (Variety)

YouTube alcanza un nuevo récord con el 11,6% de las visualizaciones en febrero (Deadline)

Los espectadores mayores impulsan el paso de YouTube al número 1 entre los distribuidores de televisión en febrero (The Hollywood Reporter)

Apple está trabajando con Google y Amazon para compensar los mil millones de dólares en pérdidas de Apple TV+ (ScreenMedia)

OpenAI cree que Hollywood está preparado para aceptar Sora, su herramienta de generación de vídeo (The Hollywood Reporter)

‘Adolescentes’ establece un récord en Netflix para una miniserie con 66,3 millones de visualizaciones en dos semanas (Variety)

'Adolescence' (Neflix) hace historia en el Reino Unido al convertirse en la primera serie en *streaming* en liderar los índices de audiencia (The Hollywood Reporter, Variety)

El director de 'Wolf Hall' afirma que la industria televisiva británica pasa por una crisis tal que ITV y la BBC no podrían permitirse 'Adolescence' (IndieWire)

HBO Max llega a Australia 10 años después de que Netflix allanara el camino para la remodelación radical de la televisión (The Guardian)

Amazon elige a Amy Pascal y David Heyman como productores de la nueva película de James Bond (Variety)

Cómo varía la taquilla de "Blancanieves" en territorio demócrata y en territorio republicano (Deadline)

Qué debe hacer Uruguay para consolidar su industria, según las productoras locales (Cveintiuno)

NO FICCIÓN ORIGINAL

INFORME+: ETERNAS

De la conjura del Veleta al "¡por fin!" de La Défense: las campeonas ‘eternas’ (AS)

MERCENARIO

Un español en la Guerra de Ucrania: el 3 de abril se estrena el documental ‘Mercenario’ (Cine con Eñe, AquíTV)

MOVISTAR PLUS+

Movistar Plus+ estrena la miniserie británica "Dos familias" (DOSSIER)

Si 'Adolescencia' es lo mejor del Reino Unido, 'Dos familias' es lo peor (Pere Solà Gimferrer en La Vanguardia)

Movistar Plus+ tiene lista la programación con el mejor cine musical para su nuevo canal temático (Adslzone.net, Computer Hoy)

‘Black Box Diaries’: el documental sobre el MeToo en Japón candidato al Oscar que no ha podido verse en su país (EL PAÍS + edición online)

'La caza del solitario', en Movistar Plus+: una de las investigaciones policiales más emblemáticas de la crónica negra española (Mundo Deportivo)

Movistar Plus+ ya tiene previsto el estreno de "Emilia Pérez", una de las películas más controvertidas de los Oscar: llega el 28 de marzo (Adslzone.net, Neeo)

Catalina de Médici, la reina serpiente: la mente de una mujer contra la fuerza de un imperio (The Objective)

Cine&TelePRO
60 años liderando la información desde España

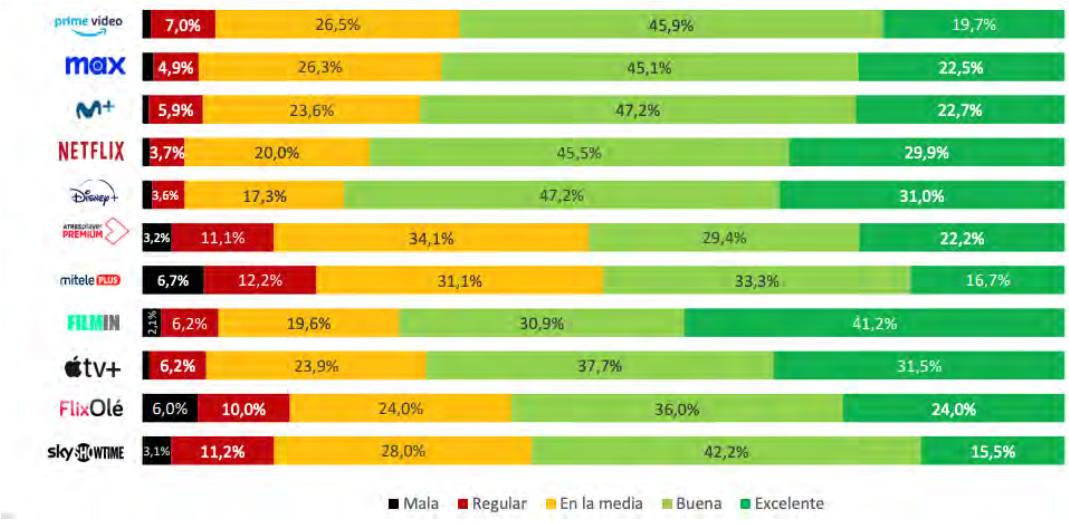
Cambia el consumo en streaming: menos piratería y más deporte en directo

25 marzo, 2025

El avance de resultados del estudio elaborado por GECA analiza los hábitos de consumo audiovisual en España, con datos sobre publicidad, deporte en directo, valoración de catálogos y piratería. También revela los títulos más vistos, el comportamiento por edades y cuánto tiempo dedican los usuarios a decidir qué ver.

El panorama del cine en plataformas de vídeo bajo demanda (SVOD) continúa evolucionando con rapidez. El Barómetro OTT Cine de GECA, correspondiente al trimestre noviembre 2024 – enero 2025, ofrece una radiografía precisa sobre los hábitos de consumo, la percepción de calidad, el impacto de la publicidad, el avance del deporte en streaming y la persistencia, aunque en descenso, de la piratería.

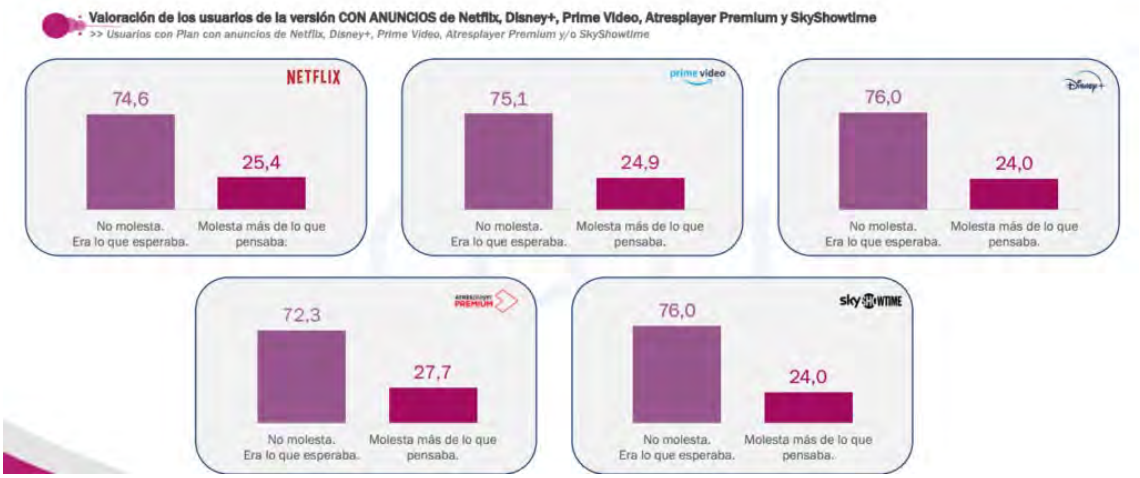
Entre los datos más llamativos del informe destaca la valoración del catálogo de películas por parte de los usuarios. Disney+ y Netflix continúan siendo percibidas como las plataformas con mayor calidad, pero Filmin se posiciona como la tercera mejor valorada, alcanzando un 72,1% de usuarios que califican su oferta de películas como «buena» o «excelente». Le siguen Movistar+ (69,9%), MAX (67,6%) y Prime Video (65,6%), lo que revela una competencia ajustada por ofrecer cine de calidad en el entorno SVOD.



Barómetro OTT de GECA (Febrero 2025)

En cuanto a popularidad, la secuela Bitelchús Bitelchús ha sido el estreno cinematográfico más visto durante el último trimestre, consolidando su éxito entre el público adulto. Le siguen dos producciones españolas: Cuerpo Escombro y Culpa Tuya, que ocuparon el segundo y tercer puesto respectivamente en el ranking de películas más visualizadas.

Uno de los grandes focos del estudio ha sido la percepción de la publicidad en los planes con anuncios ofrecidos por plataformas como Netflix, Disney+, Prime Video, Atresplayer Premium y SkyShowtime. En todos los casos, más del 70% de los usuarios afirma que la presencia de publicidad no les molesta y la perciben como algo esperado. Este dato refuerza la viabilidad de los modelos híbridos (suscripción + anuncios), que permiten a las plataformas diversificar ingresos sin afectar significativamente la experiencia del usuario.



Barómetro OTT de GECA (Febrero 2025)

El consumo de contenido pirata sigue siendo una práctica presente, aunque en declive. Un 46,3% de los encuestados asegura no consumir piratería, frente a un 53,7% que admite hacerlo de forma habitual o puntual. La tendencia positiva es que este porcentaje ha disminuido con respecto a mediciones anteriores. No obstante, preocupa su prevalencia entre los usuarios de 18 a 44 años: el 72,1% de los jóvenes entre 18 y 24 años afirman consumir contenidos de forma ilegal, seguidos por el 47,6% del grupo de 35 a 44 años y el 55,3% de los de 45 a 54 años. Además, aunque el cine y las series siguen siendo los contenidos pirateados con mayor frecuencia, el contenido deportivo ha aumentado su peso (+1,7 puntos).

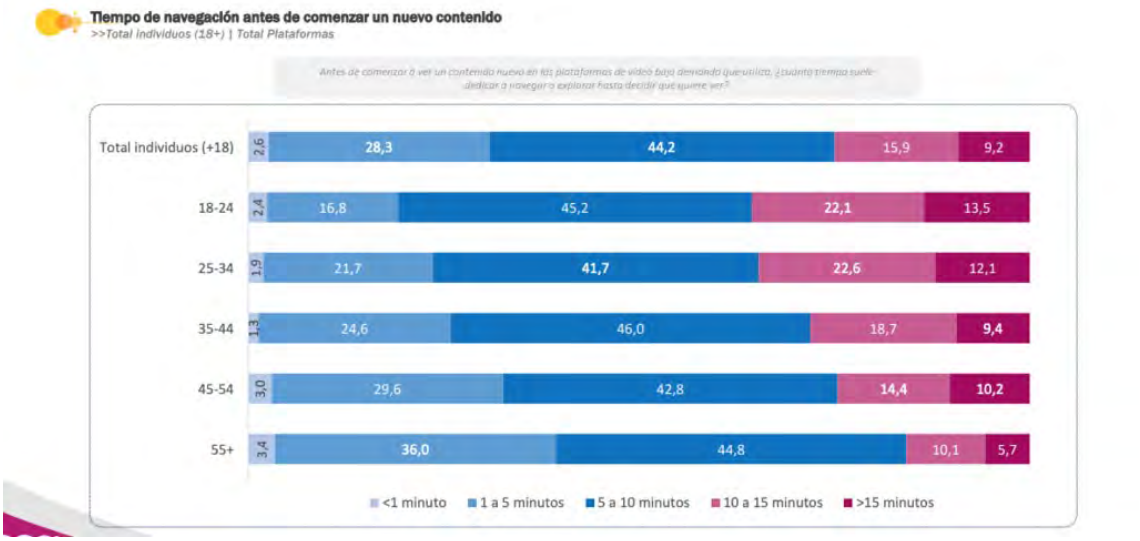
Otra tendencia creciente es la incorporación de emisiones deportivas en directo dentro del catálogo de las plataformas SVOD. Netflix ha comenzado a emitir lucha libre en vivo (RAW y SmackDown), y un 82,2% de sus usuarios afirma estar al tanto de esta novedad. Sin embargo, solo un 20,2% ya ha consumido este tipo de contenido, mientras que un 52,1% lo haría si se ampliara el catálogo deportivo.



Por su parte, Prime Video ha iniciado retransmisiones de partidos de baloncesto (OTE) y ha anunciado la próxima inclusión de encuentros de la NBA. El 46% de sus usuarios se ha mostrado interesado en esta iniciativa, con un 32,9% afirmando que vería partidos una vez se inicie la emisión de la NBA.

El estudio también analiza el tiempo que dedican los usuarios a navegar en busca de contenido antes de tomar una decisión. Los más jóvenes (18-24 años) son quienes más tiempo invierten: un 35,6% de ellos tarda más de 10 minutos en decidir qué ver, una cifra superior a la del resto de grupos de edad. En el otro extremo, los mayores de 55 años son los más rápidos, con un 36% de ellos seleccionando contenido en menos de cinco minutos. Esta diferencia refleja cómo la abundancia de opciones y la búsqueda de contenido personalizado impactan en la experiencia de usuario.

El Barómetro OTT Cine de GECA se basa en una encuesta online realizada entre el 3 y el 18 de febrero de 2025, con una muestra representativa de 2.000 individuos mayores de 18 años con acceso a plataformas como Netflix, HBO, Prime Video, Movistar+, Disney+, Atresplayer Premium, Mitele Plus, Filmin, Apple TV+, SkyShowtime, DAZN y/o FlixOlé. La selección de películas analizadas se centró en títulos estrenados o promocionados durante el trimestre estudiado y, en la mayoría de los casos, con fecha de producción posterior a 2020.



EUROPA PRESS

Las plataformas de *streaming* se renuevan: Netflix tiene soporte HDR+ y Disney+ permite eliminar títulos de Seguir viendo

MADRID, 25 Marzo 2025 (Portaltic/EP) -

Netflix y Disney+, dos de las principales plataformas de contenido bajo demanda, se han actualizado para admitir programas y películas en los principales formatos HDR y facilitar la eliminación de títulos incluidos en la sección 'Seguir viendo', respectivamente.

Netflix ha recordado que hace casi una década dio "el gran paso" de adoptar la tecnología de Alto Rango Dinámico (HDR) en su servicio, que permite que las imágenes "tengan más detalles, colores vivos y un realismo mejorado"; un formato que ha aumentado en más de un 300 por ciento, según ha señalado en un comunicado.

Debido a que también se ha duplicado la cantidad de dispositivos configurados para HDR, ha activado un nivel superior HDR10+ con el códec de vídeo AV1, la especificación lanzada originalmente en 2018. Estandarizado por la Alianza para los Medios Abiertos (AOM), AV1 se ha convertido gradualmente en el estándar para la transmisión de vídeo 4K sin consumir datos.

Para mejorar su oferta, ha añadido transmisiones HDR10+ tanto a los nuevos lanzamientos como a los títulos HDR ya existentes, de modo que AV1-HDR10+ ahora representa el 50 por ciento de todas las horas de visualización elegibles. No obstante, Netflix ha acanazado que seguirá ampliando su oferta, con el objetivo de ofrecer una experiencia HDR10+ para todos los títulos con este formato para finales de este año.

A HDR, por tanto, se le suman las tecnologías HDR10+ y Dolby Vision, que mejoran el contraste finámico entre escenas y proporcionan estadísticas de imagen por fotograma, gracias a lo cual se pueden ejecutar ajustes optimizados del mapeo de tonos para cada escena. "Esto logra una mayor fidelidad perceptual al original, preservando la intención creativa", ha concretado la firma en el comunicado.

Para activar el formato HDR10+, se debe tener una suscripción al plan Netflix Premium, el título elegido debe estar disponible en este formato y el dispositivo en el que se vaya a reproducir ha de ser compatible con AV1 y HDR10+.

DISNEY PERMITE EDITAR 'SEGUIR VIENDO'

Disney también ha añadido una nueva característica a la plataforma, brindando a los usuarios la posibilidad de editar sus listas de 'Seguir viendo', una funcionalidad hasta ahora ausente en el servicio de 'streaming'.

Hasta ahora, 'Seguir viendo' recopila todos los programas de TV, películas y eventos en vivo que un usuario haya comenzado a ver, guardando la ubicación para que pueda retomarlos en el momento en que los dejó.

Esto significa que, en cuanto se inicie la reproducción de un contenido, éste aparecerá reflejado en la interfaz de inicio, lo que puede ser un inconveniente para los usuarios, ya que en la pantalla pueden aparecer títulos que ya no sean de su interés.

De esa manera, Disney+ ha oprtado por introducir la capacidad de eliminar todo aquello que no se desee ver de la pesataña 'Seguir viendo', brindando dos opciones de borrado. Se puede hacer directamente desde la lista o bien desde la página de detalles de un programa o una película.

Para lo primero, se selecciona un título con el mando, manteniendo presionado el botón del control remoto (en el mando de Apple TV, por ejemplo, es el botón central) y escogiendo la opción 'Eliminar', cuando aparezca el menú.

Desde la página de detalles del programa o película que se quiera eliminar, se debe acceder al icono 'Eliminar' (que aparece representado con el símbolo 'menos') para borrarlo de la lista de 'Seguir viendo'.

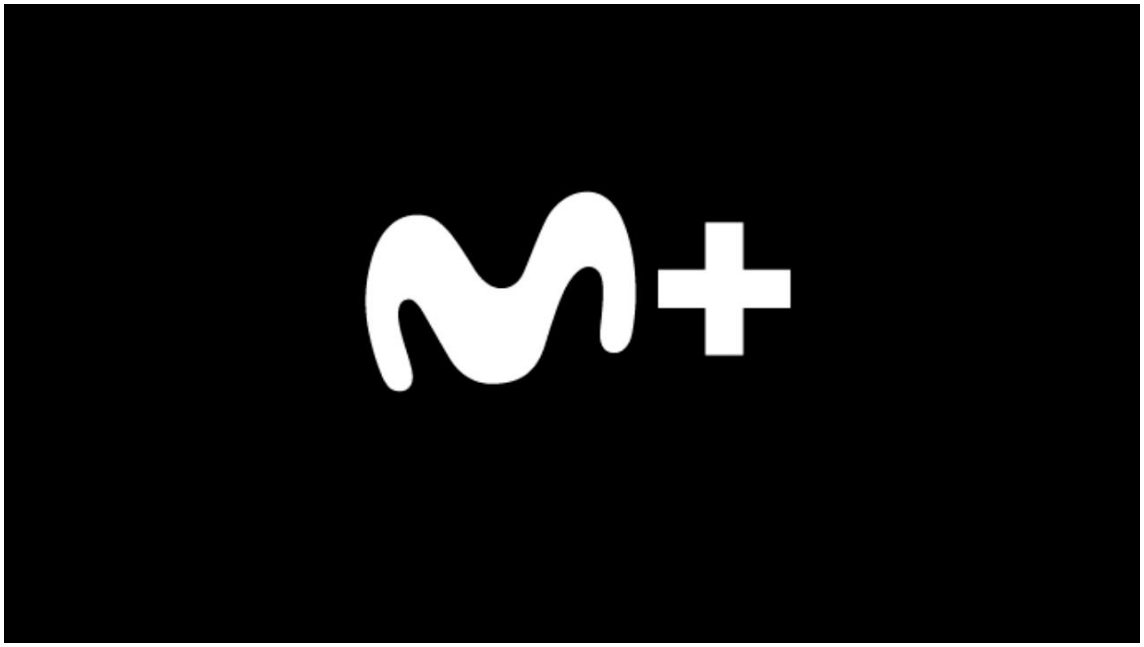
El proceso en la web o en la 'app' móvil de Disnet+ es similar. Desde el teléfino, es imprescindible pulsar los tres puntos en la esquina de un programa o película incluida en la sección 'Continuar viendo' y, después, se debe dar al botón 'Eliminar'. En la web, solo es necesario pasar el puntero sobgre cualquier elemento incluido en la sección y borrarlo.

Disney+ ha concretado que lo único que no será posible eliminar son los elementos en vivo, que desaparecerán una vez hayan concluido. La posibilidad de editar 'Seguir viendo' ya está disponible en la web, en dispositivos iOS y en Apple TV. LLegará a otras plataformas en las próximas semanas.

TV Digital

Movistar Plus+ apuesta por un cambio de modelo con su nuevo CEO

25 de marzo de 2025



Daniel Domenjó, nuevo CEO de Movistar Plus+, ha presentado esta semana a los empleados su plan estratégico para la plataforma, destacando especialmente la diversificación del contenido y la ampliación hacia nuevas audiencias. Domenjó señaló que una de las prioridades será explorar formatos innovadores que permitan a la plataforma seguir siendo competitiva y relevante en un panorama audiovisual cada vez más exigente.

Durante el encuentro con los equipos internos, Domenjó enfatizó la importancia de sorprender constantemente a los espectadores con propuestas creativas, pero sin perder la esencia que ha hecho exitosa a la plataforma hasta el momento. Fuentes internas indicaron que, aunque el CEO no reveló aún detalles específicos sobre los nuevos contenidos, sí dejó clara su intención de atraer audiencias diversas y mantener el interés de los usuarios actuales con contenido renovado y dinámico.

Estos anuncios llegan después de una etapa reciente en la que Movistar Plus+ ha implementado cambios significativos en su programación, destacando particularmente la salida de varios programas emblemáticos de humor. Entre estos destaca la marcha del programa ‘La Resistencia’, dirigido y presentado por David Broncano, que después de siete años de éxito en Movistar Plus+ ha migrado a Televisión Española, adoptando el nuevo nombre ‘La Revuelta’.

Además, otros espacios populares del género humorístico como ‘Dar cera, pulir o’ y ‘Showriano’ también han dejado la plataforma recientemente. Estos movimientos son parte de una estrategia más amplia con la que Movistar Plus+ busca renovar su oferta y ajustarse a las expectativas actuales del mercado televisivo, donde captar nuevas audiencias y satisfacer a espectadores cada vez más exigentes es clave para seguir creciendo.

La compañía asegura que estos cambios están cuidadosamente diseñados para fortalecer su posicionamiento en un mercado muy competitivo, manteniendo al mismo tiempo la calidad y originalidad que siempre han caracterizado a la marca.

EUROPA PRESS

Cloudflare bloqueará las conexiones HTTP sin cifrar en su API para evitar exponer información confidencial



MADRID, 24 Marzo 2025 EUROPA PRESS

Cloudflare ha anunciado que comenzará a bloquear las conexiones realizadas a través de puertos HTTP en su API para evitar exponer información confidencial de los usuarios, ya que se trata de conexiones en las que los datos se transmiten sin cifrar y pueden ser interceptados por intermediarios de la red, incluidos actores maliciosos.

El protocolo de transferencia de hipertexto seguro (HTTPS) es una versión segura de conexión HTTP, el principal protocolo utilizado para enviar datos entre un navegador web y un sitio web. Así, al integrar la S, se indica que el sitio web tiene un certificado SSL/TLS instalado y que, por tanto, utiliza una conexión cifrada y segura para la transferencia de datos, lo que protege información confidencial como, por ejemplo, el inicio de sesión de una cuenta bancaria.

En este sentido, es habitual que, en caso de intentar efectuar una conexión HTTP, los servidores redirijan dicha conexión o devuelvan una respuesta 403 (prohibido) para obligar a los usuarios a utilizar HTTPS y evitar que los datos puedan ser interceptados por intermediarios de la red, incluidos actores maliciosos.

Sin embargo, según ha explicado Cloudflare, este método puede no resultar efectivo en todos los casos ya que, es posible que información confidencial, como un token de API, se transmita sin cifrar en la solicitud inicial HTTP. Por tanto, "los datos se exponen antes de que el servidor tenga la oportunidad de redirigir al cliente o rechazar la conexión".

De cara a evitar estas posibles filtraciones, Cloudflare ha anunciado que comenzará a cerrar todos los puertos de red utilizados para HTTP de texto simple en su API (api.cloudflare.com), además de implementar cambios para que la API pueda cambiar las direcciones IP dinámicamente.

"A partir de hoy, cualquier conexión no cifrada a api.cloudflare.com será rechazada por completo. Los desarrolladores ya no deben esperar la respuesta 403 "Prohibido" para las conexiones HTTP, ya que impediremos que se establezca la conexión subyacente cerrando la interfaz HTTP por completo. Solo se permitirán conexiones HTTPS seguras", ha explicado la tecnológica en un comunicado en su blog.

De esta forma, se trata de un cambio que afectará a los sitios web, bots o herramientas que dependan del protocolo HTTP en el servicio API de Cloudflare, ya que dejarán de funcionar.

Asimismo, Cloudflare ha indicado que habilitará esta opción en el último trimestre de 2025, para que los clientes con sitios web en su servicio "desactiven de forma segura" todo el tráfico del puerto HTTP de sus sitios web, como parte de su compromiso con la mejora de la seguridad en internet. Esta opción se suma a la configuración ya disponible de 'Usar siempre HTTPS'.

CAMBIO DE DIRECCIONES IP DINÁMICAMENTE

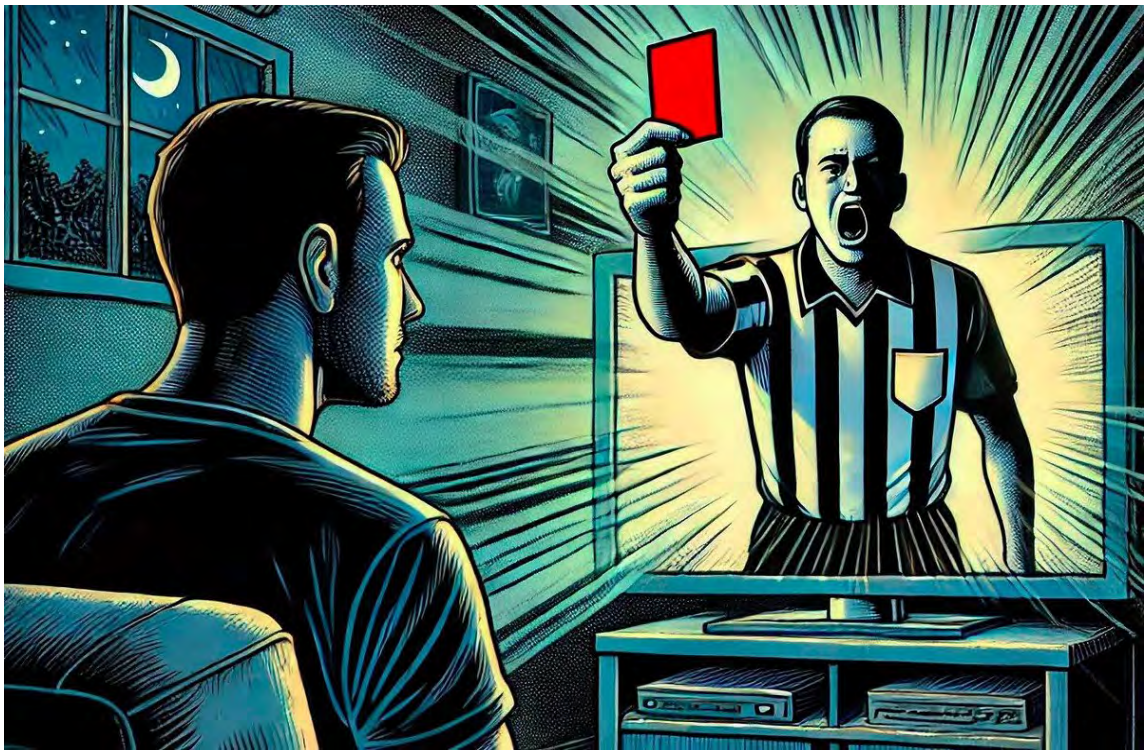
Además de todo ello, Cloudflare también ha anunciado que han implementado cambios para que la API pueda cambiar las direcciones IP de forma dinámica, con el objetivo de desvincular nombres de clientes de direcciones IP y, al mismo tiempo, gestionar las direcciones de forma fiable en su "DNS autoritativo".

Según ha señalado la compañía, esta medida se ha implementado para mejorar la agilidad y flexibilidad de la gestión de 'endpoints' de API. Asimismo, los clientes que utilicen direcciones IP estáticas para los 'endpoints' de API, recibirán una notificación previa para "evitar posibles problemas de disponibilidad".

Con todo ello, desde Cloudflare han adelantado que también están explorando otras áreas donde es seguro cerrar los puertos de tráfico de texto plano, con la idea de impulsar "un gran impacto" en la creación de un Internet mejor.

El cerco al IPTV se estrecha: Francia propone la mayor multa de la historia a la emisión de fútbol sin derechos

- Francia propone un endurecimiento de las sanciones a los distribuidores de contenido sin derechos
- La multa máxima contemplada ascendería a los 750.000 euros



Iván Linares 24.3.2025

Europa sigue elevando el listón en su lucha contra las emisiones por *streaming* no autorizadas: si hasta ahora Italia se situaba en lo más alto en relación a la dureza de las sanciones, Francia busca subirse al podio con multas de hasta 750.000 euros y siete años de prisión. De momento es un proyecto de ley que busca su aprobación en el Senado de Francia.

El acceso a las emisiones deportivas fuera de los proveedores oficiales no es algo nuevo, ya que lleva ocurriendo casi desde que las cadenas compraron los derechos para explotarlos tras barreras de pago. Aun así, es ahora cuando asistimos a un creciente ascenso en la persecución de dichas emisiones, Europa está buscando la manera de cortar el grifo elevando las sanciones a modo de efecto disuasorio.

Hasta 750.000 euros de multa y siete años de prisión

En España los bloqueos de IPs suelen producirse cada fin de semana gracias a una sentencia a favor de LaLiga. En Italia llevan más de un año combatiendo las emisiones IPTV con un escudo llamado Piracy Shield; apoyado en una ley de copyright que se va endureciendo mediante nuevos decretos. Grecia endureció las multas, especialmente a reincidentes. Y Francia quiere sumarse a las reformas.

El combate contra las emisiones sin derechos busca subir de nivel en Francia con una propuesta presentada por dos de sus senadores. Michel Savin y Laurent Lafon presentaron un análisis de la liga de fútbol francesa donde profundizaban en su situación financiera y en el futuro de esta Ligue 1; un futuro que debería garantizarse con un incremento en las medidas de actuación contra quienes distribuyen contenido sin derechos.

La propuesta de los senadores franceses no va contra los usuarios, en principio busca perseguir a los distribuidores. Basada en el principio de proporcionalidad, los titulares de los derechos podrían solicitar a los juzgados el bloqueo y la retirada de los sitios web que transmitan contenido ilegal. Se establece un formato de juicio rápido y simplificado para agilizar las medidas de control.

> La reforma francesa busca endurecer las sanciones contra los distribuidores y agilizar los bloqueos de las páginas que emitan contenido sin derechos

En el plano de las sanciones, los senadores franceses plantean multas de hasta 750.000 euros y siete años de prisión para distribuidores altamente organizados. En el texto se especifica la proporcionalidad de las medidas, la horquilla de las sanciones sería variable. Y a los usuarios del contenido no les afectaría; sin que esto implique que se libren, ya que en Francia es ilegal reproducir contenido sin derechos.

¿Y cómo queda la lucha en Europa contra las emisiones ilegales? Hemos hecho una tabla resumen con las medidas actuales y hasta dónde llegaron como máximo las sentencias.

PAÍS	ESTADO LEGAL (DISTRIBUCIÓN)	SANCIONES (DISTRIBUCIÓN)	ESTADO LEGAL (USO)	SANCIONES (USO)
ESPAÑA	Ilegal si genera beneficio económico y perjuicio a terceros	Multas de hasta 670.000 € para empresas y hasta 15.000 euros y 3 años de prisión para distribuidores Multas individuales hasta 7.000 euros	En evolución: el uso no está especificado como ilegal, pero sí se intentaron poner multas por ello	Multas desde 150 euros hasta 5.000 euros LaLiga solicita pagos de acuerdos extrajudiciales de hasta 450 euros

FRANCIA	Ilegal Se están fortaleciendo las medidas contra la distribución.	Hasta 3 años de prisión y 15.000 euros de multa Propuesta de ley aumenta a 7 años y 750.000 euros para bandas organizadas Ley de los tres avisos puede suspender acceso a internet y multar hasta 300.000 euros	Ilegal, aunque la aplicación de sanciones a usuarios no es generalizada	Multas de hasta 5.000 euros La nueva propuesta de ley no contempla sanciones para usuarios.
ALEMANIA	Ilegal Tanto la distribución como el uso están penados.	Prisión de 6 meses a 10 años por fraude comercial Multas de 150 euros a 1.500 Operadores han recibido sentencias de prisión	Ilegal	Multas de 150 euros a 1.500 euros y cartas de advertencia (Abmahnung).
ITALIA	Ilegal	Hasta 3 años de prisión y 15.000 euros de multa Hasta 1 año de prisión por no denunciar la piratería Multas de 10.000 euros por día de retraso en implementar medidas anti-piratería	Ilegal	Multas de 150 euros a 15.000 Reincidentes hasta 5.000 euros Multas de 154 euros por primera infracción y 1.032 euros por reincidencia.
GRECIA	Ilegal	Hasta 9 años de prisión Se han impuesto multas de hasta 300.000 euros	Ilegal	Posibilidad de multas de hasta 25.000 euros Riesgo de prisión

REINO UNIDO	Ilegal	Hasta 10 años de prisión Multas de más de 20.000 libras para locales que transmiten deportes ilegalmente Cierres de servicios y condenas de prisión para operadores.	Ilegal	Posibilidad de multas elevadas (hasta 100.000 libras en algunos casos) Advertencias de multas automáticas de hasta 4.200 libras Pena máxima de hasta 10 años de prisión

En Francia aún no se aprobó la reforma planteada: el Senado debe aprobarla. Es solo un paso más en la escalada hacia el endurecimiento de la persecución contra el IPTV.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 19
AVE: 15037 €
ÁREA: 51 CM² - 22%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49152
OTS: 758000
SECCIÓN: ESPAÑA

26 Marzo, 2025



El PP pide que el presidente de Telefónica comparezca tras la reunión con el Gobierno y Vivendi

EL PAÍS
Madrid

El Partido Popular ha solicitado la comparecencia del presidente de Telefónica, Marc Murtra, en el Congreso de los Diputados, con el objeto de que se hagan públicas las actividades que el Ejecutivo "busca hacer al margen de las instituciones", dijo ayer el portavoz de los populares en la Cámara baja, Miguel Tellado, en referencia a la reunión celebrada hace unas semanas en París entre Murtra y el ministro para la Transformación Digital, Óscar López, con el consejero delegado de Vivendi (segundo mayor accionista del Grupo Prisa, editor de EL PAÍS), según reveló el diario francés *Le Point*. Tellado cree que el ejecutivo de Telefónica debe dar explicaciones. Los populares también han pedido que comparezca el presidente de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), Rodrigo Buenaventura, para conocer "cómo está afectando a estas empresas cotizadas la intromisión del Gobierno". En una entrevista en La Sexta, López admitió esa reunión, aunque negó que el contenido de la misma tuviera que ver con el Grupo Prisa.

El portavoz del PP en el Congreso criticó que el Gobierno "ya no aspira a ganar votaciones en el pleno, sino a ganarlas en los consejos de administración de determinados grupos mediáticos". Es la razón por la que, a vista de los populares, Pedro Sánchez "renuncia a hacer un debate del Estado de la Nación en el Congreso, pero sí busca portavoces para intervenir en las juntas de accionistas de empresas como Prisa o empresas como Telefónica".

"El Partido Popular quiere que esa actividad política que el Gobierno busca hacer al margen de las instituciones se haga pública en esta Cámara. Y por eso hemos solicitado comparecencias del presidente de Telefónica ante la Comisión de Economía, de Seguridad Nacional y de la Unión Europea", agregó.



Marc Murtra. EFE

"Si [Murtra] va a actuar como un alto cargo del Gobierno de España y si se va a dedicar a colaborar con los ministros en la política del Gobierno, tendrá que dar explicaciones aquí, en la sede de la soberanía nacional, como si fuese un miembro del Gobierno", añadió.

"Los españoles tienen derecho a saber si su Gobierno ha invertido 2.300 millones de euros de dinero público en acciones de Telefónica para utilizarlo en favor de los intereses del PSOE", recalcó el portavoz popular, que volvió a criticar al Ejecutivo por no haber presentado Presupuestos Generales del Estado en lo que va de legislatura.

Prisa amplía capital un 10% y da entrada a nuevos fondos

REDUCIRÁ SU DEUDA EN 40 MILLONES/ El grupo lanza una ampliación para inversores institucionales, sin derecho de suscripción preferente, en plena batalla accionarial.

J. Montalvo. Madrid

El consejo de administración de Prisa acordó ayer una ampliación de al menos 40 millones de euros, con la emisión de acciones que suman hasta un 9,95% del capital del grupo. La operación, en plena batalla accionarial entre el presidente y máximo accionista de Prisa, Joseph Oughourlian, y un grupo de accionistas españoles, se ha llevado a cabo mediante una colocación acelerada entre inversores institucionales que se ha encargado a JB Capital, el banco de inversión de Javier Botín.

Los fondos obtenidos con el aumento de capital "serán utilizados para la cancelación vía recursos propios del tramo de la deuda júnior de Prisa, cuyo saldo a 28 de febrero de 2025 ascendía a 39,9 millones de euros", según explicó ayer la compañía a la CNMV.

Esta cancelación es una condición suspensiva exigida por los acreedores financieros de Prisa para la formalización de la nueva refinanciación de la deuda financiera del grupo.

Prisa negocia la refinanciación de 750 millones de euros, con vencimientos entre junio y diciembre de 2026, para ampliar plazos hasta en cinco años. La negociación con los principales acreedores de Prisa, liderados por Pimco, con algo más de 500 millones,



JMCadenas

Joseph Oughourlian, presidente del grupo Prisa.

La operación había sido reclamada por los acreedores para aceptar refinanciar la deuda de Prisa

condicionaría la operación a la continuidad de Oughourlian al frente de Prisa.

Según señaló ayer la compañía, está previsto que la nueva refinanciación se formalice "con las autorizaciones de los acreedores financieros de la sociedad, tras la ejecución del aumento de capital y una vez cumplida la cancelación de la deuda requerida".

En las últimas semanas, las discrepancias entre el grupo de accionistas que promueven el lanzamiento de un nuevo canal de TDT, promovido por el Gobierno, y Oughourlian han ido creciendo exponencialmente hasta convertirse en una guerra abierta por el control de la compañía.

A través de Amber Capital, Oughourlian es el primer accionista de Prisa con un 29,6%, en el límite que obliga a lanzar una opa. Vivendi, que ha sido socio de Amber en la francesa Lagardère, es el segundo accionista, con un 11,8%. Global Alconaba, con un 7% y liderada por Andrés Varela Entrecanales y José Miguel Contreras, entre otros socios, es el gran impulsor del cambio de control en Prisa.

La ampliación diluirá a los actuales accionistas y dará entrada a inversores afines a Amber

Estos accionistas contarían con el apoyo de Adolfo Utor, presidente de Balearia, y de otros empresarios presentes en el capital de Prisa, como Diego Prieto, fundador del grupo de ambulancias SGG, entre otros, hasta sumar un 15%. Además, forman parte del capital de Prisa accionistas históricos como la familia Polanco, el mexicano Carlos Slim y el catarí Khalid Al-Thani.

La batalla por el control de Prisa se decidirá en la próxima junta de accionistas, que el grupo puede convocar hasta junio pero que, previsiblemente, se celebrará antes.

Además del apoyo de los fondos que entrarán en la nueva ampliación, Oughourlian confía en sumar a su causa a inversores propietarios de obligaciones convertibles, que pueden anticipar su canje por capital.

Expansión

26 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 4
AVE: 2923 €
ÁREA: 28 CM² - 16%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 10890
OTS: 113000
SECCIÓN: EMPRESAS



El Gobierno inicia el proceso para el nuevo canal de televisión en abierto

Ignacio del Castillo. Madrid

El Gobierno aprobó ayer un real decreto con el nuevo Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre (TDT) y medidas de impulso para su evolución tecnológica, aunque el apartado más significativo es la reorganización de la parrilla televisiva que le va a permitir licitar un nuevo canal "de ámbito estatal, cuya licencia saldrá a concurso próximamente", según señaló el Ejecutivo.

El principal objetivo del Plan de TDT es dejar hueco para ese nuevo canal de televisión en abierto en el que tiene mucho interés el Gobierno de Pedro Sánchez. Desde el punto de vista económico, y dada la fortaleza de los grupos Atresmedia y Mediaset, que controlan la mayoría del mercado publicitario de la TV en abierto, un nuevo canal tiene difícil alcanzar una audiencia suficiente como para garantizar una rentabilidad sostenible en el tiempo. Pero desde el punto de vista político y electoral puede ser muy relevante para introducir o reforzar argumentarios de cara a las próximas elecciones generales y al panorama que se configure más allá.

Para hacer sitio al nuevo canal, será necesario un traslado bastante complejo de algunos canales que se emiten actualmente en unos multiplex (los "contenedores" donde se alojan los canales) y traspasarlos a otros multiplex. Además, se "compactarán" los multiplex exclusivos dedicados a TVE, Atresmedia y Mediaset, que en vez de contener cuatro canales, pasarán a albergar cinco canales cada uno –de forma interina, pero durante algunos años– lo que degradará la calidad de todos ellos.

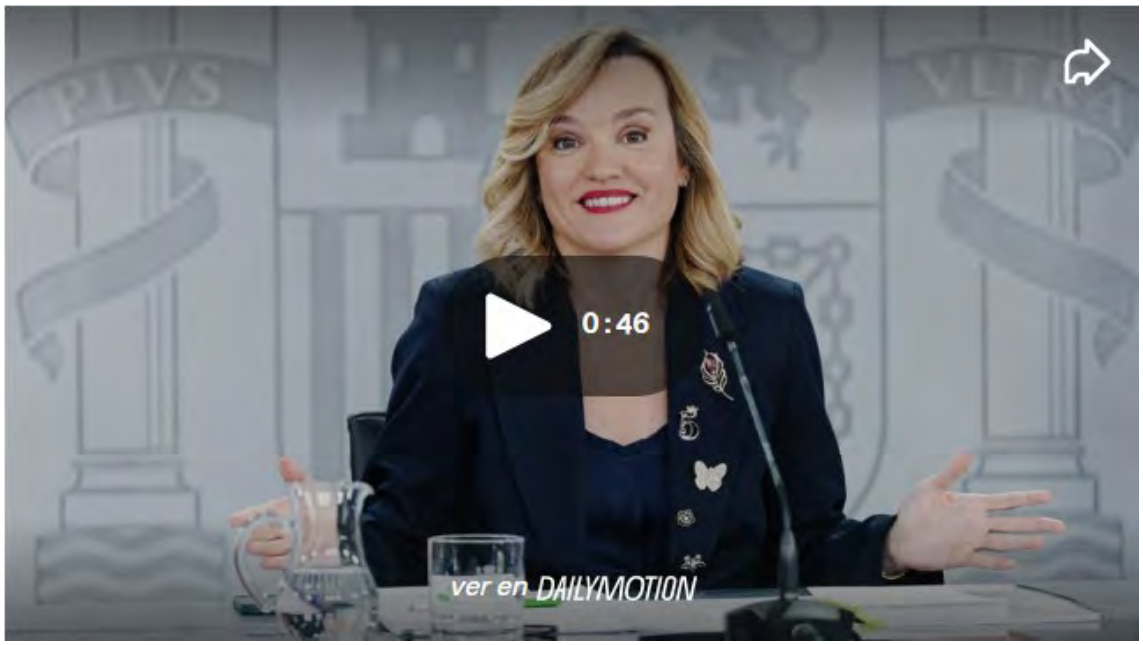
Canales en 4K

El Gobierno quiere también incentivar la modernización del parque de televisores de los hogares con nuevos modelos que puedan recibir emisiones de ultra alta definición (UHD) o 4K. Para ello, inicialmente, se creará un múltiplex que tenga sus cuatro canales en UHD o 4K. Serán dos para TVE, uno de Atresmedia y otro para Mediaset. Para poder verlos en 4K será necesario que los televisores sean compatibles con la norma de transmisión DVB-T2 y de 4K. El Gobierno quiere que en unos años todas las emisiones de TDT sean en 4K, pero para eso será necesario que el parque de televisores tenga ya un alto porcentaje de equipos compatibles con la nueva norma. A finales de 2023, sólo el 31% de los hogares tenía televisores 4K.

TELEVISIÓN

El Gobierno aprueba el paso técnico que permitirá crear un nuevo canal de televisión antes del verano

La reforma permitirá también emitir en ultra HD



José M. Rodríguez Silva Actualizado Martes, 25 marzo 2025 - 14:07

El Gobierno ha aprobado este martes el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre, el paso necesario para abrir huecos en la televisión digital terrestre (TDT) que el Ejecutivo quiere licitar antes del verano.

El Consejo de Ministros ha dado luz verde a esta reordenación de la televisión que permitirá introducir una nueva tecnología y emitir en calidad de ultra alta definición (UHD). España lleva retraso en la transición a esta tecnología, ya que la pandemia retrasó el apagón de los canales en definición estándar para facilitra la transición.

"El nuevo Plan Técnico Nacional garantiza la continuidad de toda la oferta actual de canales de televisión digital terrestre de ámbito estatal, autonómico y local, y abre la disponibilidad de un nuevo canal", señala el Ministerio para la Transformación Digital.



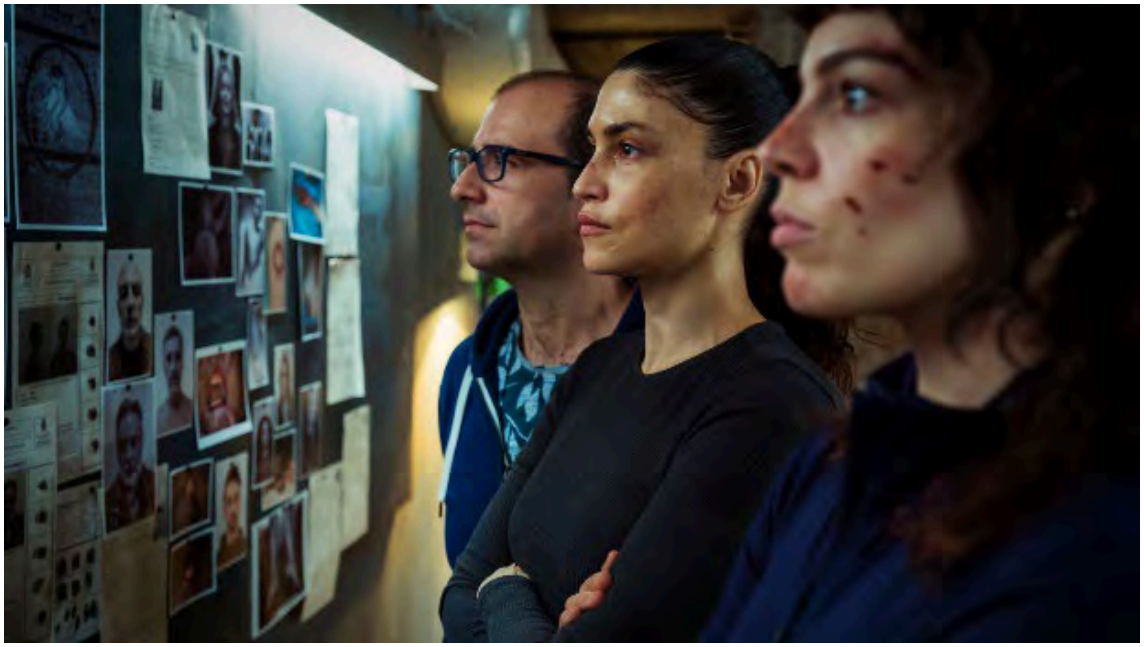
El ministro para la Transformación Digital, Óscar López

La apertura del nuevo canal tenía como favorita a Prisa, sin embargo, el proyecto de entrar en la televisión en abierto fragmentó la dirección del grupo y terminó con el presidente de Prisa Media, Carlos Núñez, y su director de contenidos, José Miguel Contreras, fuera de la compañía y encabezando una ofensiva para disputar el control del grupo al presidente y máximo accionista, Joseph Oughourlian.

El Gobierno ha entrado de lleno en la puja de poder con el propio ministro de Transformación Digital, Óscar López como protagonista. Este se reunió con el presidente de Vivendi, Arnaud de Puyfontaine, dueño del 12% de la compañía, para instalarle a apoyar la propuesta de los accionistas cercanos al gobierno (los socios de Global Alconaba, Adolfo Utor, Diego Prieto y Escribano) que negocian con la compañía francesa para comprarle su participación o granjearse su apoyo en una junta en la que buscarían destituir a Oughourlian. En la reunión habría estado presente también el presidente de Telefónica, Marc Murtra, que vinculó el contrato de 80 millones de euros de la empresa con Havas al cese del apoyo al dueño de Amber Capital, según publicó el medio francés Le Point.

El próximo episodio de la lucha por el poder de la compañía se dará este mismo martes cuando está previsto que el Consejo de Administración de Prisa se reúna con la refinanciación de los 750 millones de euros de deuda del grupo como plato fuerte. En este campo, una de las maniobras que se manejan en la cúpula de la compañía es la de vincular esta refinanciación en la continuación del inversor armenio al frente del grupo de medios y educación.

Buendía se suma a Diagonal en la tercera entrega de 'La novia gitana' para Atresmedia



'La nena' ya comenzó su rodaje

'La nena', la tercera entrega de la saga original de Atresmedia 'La novia gitana', ha sumado a Buendía Estudios Canarias como coproductora junto a Diagonal TV.

'La novia gitana' y 'La red púrpura', las primeras dos temporadas de la serie de thriller oscuro y psicológico que adapta las novelas homónimas de Carmen Mola, habían sido producidas por Diagonal (Banijay Iberia) y VIS, los ya extintos estudios de Paramount.

'La nena' volverá a tener a Paco Cabezas ('Fear the Walking Dead', 'The Umbrella Academy') en la dirección, rol que compartirá con Miguel Ángel Trudu. El rodaje se llevará a cabo durante las próximas semanas en Canarias y Madrid.

La nueva temporada contará con ocho episodios de 50 minutos y se estrenará en Atresplayer, la plataforma de streaming de Atresmedia.

El guion de 'La nena' está a cargo de José Rodríguez, quien también es productor ejecutivo junto con Ignacio Corrales, Paco Cabezas, Jordi Frades, Jaume Banacolocha, Laura García e Ignasi Serra.

En la tercera entrega, Nerea Barros se pondrá de nuevo en la piel de la inspectora veterana de la BAC (Brigada de Análisis de Casos) Elena Blanco, que con su equipo buscará descubrir quién está detrás de la organización La red púrpura.

Redacción Cveintiuno

25-03-2025

©cveintiuno

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

IPG Mediabrands presenta su unidad de Entertainment en el 28º Festival de Málaga

Por Redacción AV451 - 25 marzo, 2025

"La industria necesita nuevos agentes que ayuden a la innovación y, en esta jornada, IPG Mediabrands Entertainment se ha presentado como el 'partner' ideal", así lo señala uno de los más de 100 asistentes que acompañaron el 18 de marzo a IPG Mediabrands Entertainment en su puesta de largo, en esta 28ª Edición del Festival de Málaga.

Concretamente, el nuevo espacio de innovación y tendencias del Festival de Málaga, La Villa del Mar, ha sido el escenario elegido por la unidad del grupo de agencias de medios, comunicación y marketing, IPG Mediabrands, para consolidar su trayectoria liderando grandes proyectos de entretenimiento, así como presentar su propuesta de valor tanto para las marcas, como para los diferentes agentes que conforman la industria audiovisual.



Ghayth Fawzat, Mapi Merchante, Nacho Cámara, Poncho García-Valenzuela y Diego Blanco presentaron IPG Mediabrands Entertainment en el Festival de Málaga

IPG Mediabrands Entertainment ha reunido a importantes agentes del sector en una jornada para reflexionar sobre el futuro del entretenimiento y las marcas. Empresas e instituciones clave como Atresmedia Cine, Morena Films, RTVE , Películas Pendelton, TOUS, The Mediapro Studio, Wakai Media, DAZN y el SSIFF han participado en los coloquios, aportando su visión y experiencia, pero también subrayando el papel esencial de agentes como IPG Mediabrands Entertainment en un contexto donde la batalla por la atención del espectador exige narrativas más innovadoras, formatos más envolventes y una integración más estratégica y orgánica entre marcas y contenidos.

Con Poncho García-Valenzuela al frente como director general de la unidad, este resonado lanzamiento del área en el festival legitima una férrea trayectoria en el sector ya que estos últimos años han participado -mediante la creación, integración, distribución, creatividad, planificación de medios o inversión en P&A- en más de 15 producciones.

"IPG Mediabrands Entertainment no es un proyecto nuevo, sino la evolución natural de un trabajo que ha llevado a la compañía a crear y formar parte de más de 15 producciones audiovisuales en los últimos años. Más que dicho y hecho, hemos optado por hecho y, ahora, decimos. Estar el Festival de Málaga, donde participamos en varias películas, es una gran oportunidad para mostrar a los anunciantes, así como a la industria audiovisual y cultural lo que llevamos construyendo desde hace más de 5 años. Esta jornada es un ejemplo del valor de unir a anunciantes, productoras, medios, plataformas e instituciones para crear sinérgicamente contenido de valor, relevante para la audiencia y eficaz para las marcas" , ha señalado García-Valenzuela al inicio del evento.

El equipo persigue un doble objetivo: ir más allá del Branded Content y transformar el papel de las marcas en el sector como coproductoras de contenido de entretenimiento de alto valor (como 'OSO: Historia de un icono', el documental de TOUS; 'Discovering Canary Islands', las dos temporadas del reality de Turismo de Canarias; 'El Clásico Golf Cup', el docushow deportivo de Turismo de Canarias…); y ofrecer todo su expertise para sofisticar el lanzamiento de productos audiovisuales, convirtiéndolos en auténticas marcas de entretenimiento ('Campeonex', 'La Academia', 'Courtois', 'Quién es Quién', 'Heretic', 'Cónclave', 'Mikaela'…).

"Además, desde IPG Mediabrands Entertainment nos sentimos muy orgullosos de haber tenido un rol activo en cuatro de las películas que se presentan este año en el Festival de Málaga: 'Tierra de Nadie', 'The Sleeper', 'También Esto Pasará', '8'. Esto es sólo el principio de nuestra aportación de valor a todo el sector tanto en la financiación como en la sofisticación de la campaña de comunicación y marketing", ha añadido.

La unión entre marcas y entretenimiento

Tras el arranque de la jornada, la sesión continuó con una charla sobre el papel de los festivales en la industria cinematográfica, en la que Poncho García-Valenzuela y José Luis Rebordinos, director del Festival Internacional de Cine de San Sebastián

(SSIFF), analizaron cómo los festivales funcionan como catalizadores para la financiación, distribución y posicionamiento del contenido audiovisual, y cómo las marcas y el entretenimiento se integran en él, porque movilizan nuevas fuentes de financiación, aportan contenido de valor y llegan a nuevas audiencias.



«De un contenido audiovisual a una marca de entretenimiento»

A continuación, en la mesa redonda «De un contenido audiovisual a una marca de entretenimiento», moderada por David Sequera, cofundador y redactor de Audiovisual451, Pilar Benito, CEO de Morena Films; Rosa Pérez, productora ejecutiva de Atresmedia Cine; José Pastor, director de cine y ficción de RTVE; Ghayth Fawzat, Entertainment Creative Director de IPG Mediabrands; y Luis Manso, socio fundador y productor ejecutivo de Películas Pendelton reflexionaron y coincidieron en que el Brand Entertainment no sólo se trata de integrar marcas en las narrativas, sino de convertirlas en coproductoras con un rol más activo, orgánico y estratégico, como en los casos de 'Campeonex', 'Quién es Quién' y 'Mikaela', realizados junto a IPG Mediabrands Entertainment.

La jornada de la mañana cerró con la ponencia "La ciencia del éxito: estrategia, IA, datos y medición", en la que Mapi Merchante, Analytics, Inisghts & Strategy Director y Diego Blanco, Head of Brand Entertainment, exploraron el uso por parte de IPG Mediabrands de tecnología, IA, neurociencia y analítica avanzada para anticipar, medir y optimizar la toma de decisiones en cada fase del desarrollo del proyecto audiovisual, aumentando su impacto y atrayendo a más público a salas y plataformas. De esta forma, transforman el contenido en marcas poderosas, diseñando estrategias que capten la atención y convirtiendo cada película o serie en un fenómeno cultural, al pasar de un pensamiento lineal a un enfoque holístico e integrado.

La nueva era del Brand Entertainment en la industria audiovisual

La sesión vespertina comenzó con una introducción de Poncho García-Valenzuela sobre el papel de las marcas como coproductoras y su rol en la financiación de contenido, afirmando: "En un momento de cambios en la industria cultural, las marcas pueden tener un rol fundamental en la creación de contenido original, como coproductoras o ayudando a la financiación y promoción de películas y series".



«Transformando el rol de las marcas en la industria del entretenimiento»

La primera mesa, titulada «Transformando el rol de las marcas en la industria del entretenimiento», fue moderada por Diego Blanco, Head of Brand Entertainment de IPG Mediabrands y contó con la participación de Anaïs Durand, Brand Development Director de TOUS; Javier Méndez, Head of Film & Scripted Content en The Mediapro Studio; Luis Manso, de Películas Pendelton y Poncho García-Valenzuela. La conversación giró en torno a casos de éxito como 'Campeonex' y la integración orgánica de Caser Seguros en uno de los momentos clave de la película, y el documental 'OSO: Historia de un icono' de TOUS, una coproducción que mostró la historia familiar detrás de la icónica firma de joyería y se convirtió en un referente del Brand Entertainment con impacto global.

A continuación, Nacho Cámara, Head of Brand Entertainment de IPG Mediabrands ofreció una ponencia titulada «Del modelo de la interrupción al modelo de la elección», en la que abordó la transformación del contenido brand funded, coproducido y cocreado por y para marcas. A través de ejemplos como 'Discovering Canary Islands', 'El Clásico Golf Cup' y una nueva producción para Turismo de Canarias que se lanzará este año, Cámara afirmó que las marcas que entienden el

código del entretenimiento y apuestan por él, van más allá de la publicidad tradicional, pasando de ser anunciantes a advertisers. Así, crean contenido de valor, conectan con sus audiencias de una manera más orgánica, efectiva y duradera y generan un impacto real en el negocio.

Para finalizar, la última mesa redonda moderada por Cámara, contó con la participación de Sergio Santos, Sports Director de Wakai Media, y Pablo Pinto, Head of Football Editorial de DAZN. Bajo el nombre "Sport Entertainment, una nueva categoría con el impulso de las marcas", se exploraron formas de contribución a la consolidación de una nueva categoría de contenidos deportivos con el impulso de las marcas.

Sin embargo, la participación de IPG Mediabrands Entertainment en el Festival de Málaga continuó la mañana del 19 de marzo con el taller "Técnicas de NeuroResearch", impartido por Mapi Merchante y Nacho Cámara, y el día 20 con la participación de Poncho García-Valenzuela en la mesa de debate sobre financiación y la presentación del caso de El Clasico Golf Cup en una jornada que giró en torno al Brand Entertainment.



Poncho García-Valenzuela y José Luis Rebordinos

La puesta de largo de IPG Mediabrands Entertainment cerró con una energía contagiosa y una visión clara: este lanzamiento no sólo refuerza el compromiso del grupo con la innovación en la industria audiovisual, sino que redefine las posibilidades para que las marcas sean protagonistas de historias que trascienden la publicidad convencional. Con esta apuesta, IPG Mediabrands se consolida como un partner estratégico de referencia para las marcas y, también, como un aliado clave

para la industria audiovisual, ofreciendo soluciones innovadoras que marcan el futuro del Brand Entertainment en un contexto de creciente fragmentación de audiencias, saturación de contenidos y crisis de la atención.

En esta línea, IPG Mediabrands ya cuenta con varios casos de éxito que demuestran la efectividad de esta nueva estrategia de Entertainment Marketing. Ejemplo de ello es 'Discovering Canary Islands', que logró un 29 por ciento de ratio de conversión a visita física a las islas, o el documental 'Oso', que mejoró en un 48 por ciento la imagen de marca de Tous. Dos proyectos que confirman el poder del contenido para generar impacto real y conectar con las audiencias de una manera más relevante y significativa.

MKD MarketingDirecto.com

IPG Mediabrands Entertainment se lanza a la creación de "marcas de entretenimiento"

IPG Mediabrands presenta su unidad de Entertainment en el Festival de Málaga

IPG Mediabrands da un paso adelante en la industria del entretenimiento y consolida su liderazgo a través de una enriquecedora jornada que ha unido a anunciantes, productoras, medios y plataformas.



EVENTOS Y FORMACIÓN

md Escrito por Redacción 25 marzo del 2025 a las 10:55

COMPARTIR

«La industria necesita nuevos agentes que ayuden a la innovación y, en esta jornada, IPG Mediabrands Entertainment se ha presentado como el 'partner' ideal», así lo señala uno de los más de 100 asistentes que acompañaron el 18 de marzo a IPG Mediabrands Entertainment en su puesta de largo, en esta 28ª Edición del Festival de Málaga. Concretamente, el nuevo espacio de innovación y tendencias del Festival de Málaga, La Villa del Mar , ha sido el escenario elegido por la unidad del grupo de agencias de medios, comunicación y marketing, IPG Mediabrands, para consolidar su trayectoria liderando grandes proyectos de entretenimiento, así como presentar su propuesta de valor tanto para las marcas, como para los diferentes agentes que conforman la industria audiovisual.

IPG Mediabrands Entertainment ha reunido a importantes agentes del sector en una jornada para reflexionar sobre el futuro del entretenimiento y las marcas. Empresas e instituciones clave como Atresmedia Cine, Morena Films, RTVE , Películas Pendelton, TOUS, The Mediapro Studio, Wakai Media, DAZN y el SSIFF han participado en los coloquios, aportando su visión y experiencia, pero también subrayando el papel esencial de agentes como IPG Mediabrands Entertainment en un contexto donde la batalla por la atención del espectador exige narrativas más innovadoras, formatos más envolventes y una integración más estratégica y orgánica entre marcas y contenidos.



IPG Mediabrands Entertainment: una puesta de largo a lo grande

Con Poncho García-Valenzuela al frente como Director General de la unidad, este resonado lanzamiento del área en el festival legitima una férrea trayectoria en el sector ya que estos últimos años han participado -mediante la creación, integración, distribución, creatividad, planificación de medios o inversión en PCA- en más de 15 producciones.

«IPG Mediabrands Entertainment no es un proyecto nuevo, sino la evolución natural de un trabajo que ha llevado a la compañía a crear y formar parte de más de 15 producciones audiovisuales en los últimos años. Más que dicho y hecho, hemos optado por hecho y, ahora, decimos. Estar el Festival de Málaga, donde participamos en varias películas, es una gran oportunidad para mostrar a los anunciantes, así como a la industria audiovisual y cultural lo que llevamos construyendo desde hace más de 5 años. Esta jornada es un ejemplo del valor de unir a anunciantes, productoras, medios, plataformas e instituciones para crear sinérgicamente contenido de valor, relevante para la audiencia y eficaz para las marcas», ha señalado García- Valenzuela al inicio del evento.

El equipo persigue un doble objetivo: ir más allá del Branded Content y transformar el papel de las marcas en el sector como coproductoras de contenido de entretenimiento de alto valor (como OSO: Historia de un icono, el documental de TOUS; Discovering Canary Islands, las dos temporadas del reality de Turismo de Canarias; El Clásico Golf Cup, el docushow deportivo de Turismo de Canarias...); y ofrecer todo su expertise para sofisticar el lanzamiento de productos audiovisuales, convirtiéndolos en auténticas marcas de entretenimiento (Campeonex, La Academia, Courtois, ?uién es ?uién, Heretic, Cónclave, Mikaela...).

«Además, desde IPG Mediabrands Entertainment nos sentimos muy orgullosos de haber tenido un rol activo en 4 de las películas que se presentan este año en el Festival de Málaga: 'Tierra de Nadie', 'The Sleeper', 'También Esto Pasará', '8'. Esto es sólo el principio de nuestra aportación de valor a todo el sector tanto en la financiación como en la sofisticación de la campaña de comunicación y marketing», ha añadido.

IPG Mediabrands Entertainment: la unión entre marcas y entretenimiento

Tras el arranque de la jornada, la sesión continuó con una charla sobre el papel de los festivales en la industria cinematográfica, en la que Poncho García-Valenzuela y José Luis Rebordinos, director del Festival Internacional de Cine de San Sebastián (SSIFF), analizaron cómo los festivales funcionan como catalizadores para la financiación, distribución y posicionamiento del contenido audiovisual, y cómo las marcas y el entretenimiento se integran en él, porque movilizan nuevas fuentes de financiación, aportan contenido de valor y llegan a nuevas audiencias.

A continuación, en la mesa redonda «De un contenido audiovisual a una marca de entretenimiento», moderada por David Sequera, cofundador y redactor de Audiovisual 451, Pilar Benito, CEO de Morena Films; Rosa Pérez, productora ejecutiva de Atresmedia Cine; José Pastor, director de cine y ficción de RTVE; Ghayth Fawzat, Entertainment Creative Director de IPG Mediabrands; y Luis Manso, socio fundador y productor ejecutivo de Películas Pendelton reflexionaron y coincidieron en que el Brand Entertainment no sólo se trata de integrar marcas en

las narrativas, sino de convertirlas en coproductoras con un rol más activo, orgánico y estratégico, como en los casos de Campeonex, ?uién es ?uién y Mikaela, realizados junto a IPG Mediabrands Entertainment.





La jornada de la mañana cerró con la ponencia "La ciencia del éxito: estrategia, IA, datos y medición", en la que Mapi Merchante, Analytics, Inisghts C Strategy Director y Diego Blanco, Head of Brand Entertainment, exploraron el uso por parte de IPG Mediabrands de tecnología, IA, neurociencia y analítica avanzada para anticipar, medir y optimizar la toma de decisiones en cada fase del desarrollo del proyecto audiovisual, aumentando su impacto y atrayendo a más público a salas y plataformas. De esta forma, transforman el contenido en marcas poderosas, diseñando estrategias que capten la atención y convirtiendo cada película o serie en un fenómeno cultural, al pasar de un pensamiento lineal a un enfoque holístico e integrado.





La nueva era del Brand Entertainment en la industria audiovisual

La sesión vespertina comenzó con una introducción de Poncho García-Valenzuela sobre el papel de las marcas como coproductoras y su rol en la financiación de contenido, afirmando: «En un momento de cambios en la industria cultural, las marcas pueden tener un rol fundamental en la creación de contenido original, como coproductoras o ayudando a la financiación y promoción de películas y series».

La primera mesa, titulada «Transformando el rol de las marcas en la industria del entretenimiento«, fue moderada por Diego Blanco, Head of Brand Entertainment de IPG Mediabrands y contó con la participación de Anaïs Durand, Brand Development Director de TOUS; Javier Méndez, Head of Film C Scripted Content en The Mediapro Studio; Luis Manso, de Películas Pendelton y Poncho García-Valenzuela. La conversación giró en torno a casos de éxito como 'Campeonex' y la integración orgánica de Caser Seguros en uno de los momentos clave de la película, y el documental OSO: Historia de un icono de TOUS, una coproducción que mostró la historia familiar detrás de la icónica firma de joyería y se convirtió en un referente del Brand Entertainment con impacto global.

A continuación, Nacho Cámara, Head of Brand Entertainment de IPG Mediabrands ofreció una ponencia titulada «Del modelo de la interrupción al modelo de la elección», en la que abordó la transformación del contenido brand funded, coproducido y cocreado por y para marcas. A través de ejemplos como Discovering Canary Islands, El Clásico Golf Cup y una nueva producción para Turismo de Canarias que se lanzará este año, Cámara afirmó que las marcas que entienden el código del entretenimiento y apuestan por él, van más allá de la publicidad tradicional, pasando de ser anunciantes a advertisers. Así, crean contenido de valor, conectan con sus audiencias de una manera más orgánica, efectiva y duradera y generan un impacto real en el negocio.





Para finalizar, la última mesa redonda moderada por Cámara, contó con la participación de Sergio Santos, Sports Director de Wakai Media, y Pablo Pinto, Head of Football Editorial de DAZN. Bajo el nombre "Sport Entertainment, una nueva categoría con el impulso de las marcas", se exploraron formas de contribución a la consolidación de una nueva categoría de contenidos deportivos con el impulso de las marcas.

Sin embargo, la participación de IPG Mediabrands Entertainment en el Festival de Málaga continuó la mañana del 19 de marzo con el taller "Técnicas de NeuroResearch", impartido por Mapi Merchante y Nacho Cámara, y el día 20 con la participación de Poncho García-Valenzuela en la mesa de debate sobre financiación y la presentación del caso de El Clasico Golf Cup en una jornada que giró en torno al Brand Entertainment.



IPG Mediabrands Entertainment: un *partner* estratégico que va más allá

La puesta de largo de IPG Mediabrands Entertainment cerró con una energía contagiosa y una visión clara: este lanzamiento no sólo refuerza el compromiso del grupo con la innovación en la industria audiovisual, sino que redefine las posibilidades para que las marcas sean protagonistas de historias que trascienden la publicidad convencional. Con esta apuesta, IPG Mediabrands se consolida como un partner estratégico de referencia para las marcas y, también, como un aliado clave para la industria audiovisual, ofreciendo soluciones innovadoras que marcan el futuro del Brand Entertainment en un contexto de creciente fragmentación de audiencias, saturación de contenidos y crisis de la atención.

En esta línea, IPG Mediabrands ya cuenta con varios casos de éxito que demuestran la efectividad de esta nueva estrategia de Entertainment Marketing. Ejemplo de ello es Discovering Canary Islands, que logró un 29% de ratio de conversión a visita física a las islas, o el documental Oso, que mejoró en un 48% la imagen de marca de Tous. Dos proyectos que confirman el poder del contenido para generar impacto real y conectar con las audiencias de una manera más relevante y significativa.

IPG Mediabrands presenta su unidad de Entertainment



martes, 25 de marzo 2025

En los dos últimos años IPG Mediabrands Entertainment ha participado en más de 15 proyectos audiovisuales y ha formado parte de 4 películas presentadas en el Festival de Málaga.

"La industria necesita nuevos agentes que ayuden a la innovación y, en esta jornada, IPG Mediabrands Entertainment se ha presentado como el partner ideal", señala uno de los más de 100 asistentes que acompañaron el 18 de marzo a IPG Mediabrands Entertainment en su puesta de largo, en esta 28ª Edición del Festival de Málaga. Concretamente, el nuevo espacio de innovación y tendencias del Festival de Málaga, La Villa del Mar , ha sido el escenario elegido por la unidad del grupo de agencias de medios, comunicación y marketing, IPG Mediabrands, para consolidar su trayectoria liderando grandes proyectos de entretenimiento, así como presentar su propuesta de valor tanto para las marcas, como para los diferentes agentes que conforman la industria audiovisual.

IPG Mediabrands Entertainment ha reunido a importantes agentes del sector en una jornada para reflexionar sobre el futuro del entretenimiento y las marcas. Empresas e instituciones clave como Atresmedia Cine, Morena Films, RTVE , Películas Pendelton, TOUS, The Mediapro Studio, Wakai Media, DAZN y el SSIFF han participado en los coloquios, aportando su visión y experiencia, pero también subrayando el papel esencial de agentes como IPG Mediabrands Entertainment en un contexto donde la batalla por la atención del espectador exige narrativas más innovadoras, formatos más envolventes y una integración más estratégica y orgánica entre marcas y contenidos.

IPG Mediabrands Entertainment: una puesta de largo a lo grande

Con Poncho García-Valenzuela al frente como Director General de la unidad, este resonado lanzamiento del área en el festival legitima una férrea trayectoria en el sector ya que estos últimos años han participado -mediante la creación, integración, distribución, creatividad, planificación de medios o inversión en P&A- en más de 15 producciones.

"IPG Mediabrands Entertainment no es un proyecto nuevo, sino la evolución natural de un trabajo que ha llevado a la compañía a crear y formar parte de más de 15 producciones audiovisuales en los últimos años. Más que dicho y hecho, hemos optado por hecho y, ahora, decimos. Estar el Festival de Málaga, donde participamos en varias películas, es una gran oportunidad para mostrar a los anunciantes, así como a la industria audiovisual y cultural lo que llevamos construyendo desde hace más de 5 años. Esta jornada es un ejemplo del valor de unir a anunciantes, productoras, medios, plataformas e instituciones para crear sinérgicamente contenido de valor, relevante para la audiencia y eficaz para las marcas", ha señalado García-Valenzuela al inicio del evento.

El equipo persigue un doble objetivo: ir más allá del Branded Content y transformar el papel de las marcas en el sector como coproductoras de contenido de entretenimiento de alto valor (como OSO: Historia de un icono, el documental de TOUS; Discovering Canary Islands, las dos temporadas del reality de Turismo de Canarias; El Clásico Golf Cup, el docushow deportivo de Turismo de Canarias…); y ofrecer todo su expertise para sofisticar el lanzamiento de productos audiovisuales, convirtiéndolos en auténticas marcas de entretenimiento (Campeonex, La Academia, Courtois, Quién es Quién, Heretic, Cónclave, Mikaela…).

"Además, desde IPG Mediabrands Entertainment nos sentimos muy orgullosos de haber tenido un rol activo en 4 de las películas que se presentan este año en el Festival de Málaga: 'Tierra de Nadie', 'The Sleeper', 'También Esto Pasará', '8'. Esto es sólo el principio de nuestra aportación de valor a todo el sector tanto en la financiación como en la sofisticación de la campaña de comunicación y marketing", ha añadido García-Valenzuela.

IPG Mediabrands Entertainment: la unión entre marcas y entretenimiento

Tras el arranque de la jornada, la sesión continuó con una charla sobre el papel de los festivales en la industria cinematográfica, en la que Poncho García-Valenzuela y José Luis Rebordinos, director del Festival Internacional de Cine de San Sebastián (SSIFF), analizaron cómo los festivales funcionan como catalizadores para la financiación, distribución y posicionamiento del contenido audiovisual, y cómo las marcas y el entretenimiento se integran en él, porque movilizan nuevas fuentes de financiación, aportan contenido de valor y llegan a nuevas audiencias.

A continuación, en la mesa redonda "De un contenido audiovisual a una marca de entretenimiento", moderada por David Sequera, cofundador y redactor de Audiovisual 451, Pilar Benito, CEO de Morena Films; Rosa Pérez, productora ejecutiva de Atresmedia Cine; José Pastor, director de cine y ficción de RTVE; Ghayth Fawzat, Entertainment Creative Director de IPG Mediabrands; y Luis Manso, socio fundador y productor ejecutivo de Películas Pendelton reflexionaron y coincidieron en que el Brand Entertainment no sólo se trata de integrar marcas en las narrativas, sino de convertirlas en coproductoras con un rol más activo, orgánico y estratégico, como en los casos de Campeonex, Quién es Quién y Mikaela, realizados junto a IPG Mediabrands Entertainment.

La jornada de la mañana cerró con la ponencia "La ciencia del éxito: estrategia, IA, datos y medición", en la que Mapi Merchante, Analytics, Insights & Strategy Director, y Diego Blanco, Head of Brand Entertainment, exploraron el uso por parte de IPG Mediabrands de tecnología, IA, neurociencia y analítica avanzada para anticipar, medir y optimizar la toma de decisiones en cada fase del desarrollo del proyecto audiovisual, aumentando su impacto y atrayendo a más público a salas y plataformas. De esta forma, transforman el contenido en marcas poderosas, diseñando estrategias que capten la atención y convirtiendo cada película o serie en un fenómeno cultural, al pasar de un pensamiento lineal a un enfoque holístico e integrado.

La nueva era del Brand Entertainment en la industria audiovisual

La sesión vespertina comenzó con una introducción de Poncho García-Valenzuela sobre el papel de las marcas como coproductoras y su rol en la financiación de contenido, afirmando: "En un momento de cambios en la industria cultural, las marcas pueden tener un rol fundamental en la creación de contenido original, como coproductoras o ayudando a la financiación y promoción de películas y series".

La primera mesa, titulada "Transformando el rol de las marcas en la industria del entretenimiento", fue moderada por Diego Blanco, Head of Brand Entertainment de IPG Mediabrands y contó con la participación de Anaïs Durand, Brand Development Director de TOUS; Javier Méndez, Head of Film & Scripted Content en The Mediapro Studio; Luis Manso, de Películas Pendelton y Poncho García-Valenzuela.

La conversación giró en torno a casos de éxito como 'Campeonex' y la integración orgánica de Caser Seguros en uno de los momentos clave de la película, y el documental OSO: Historia de un icono de TOUS, una coproducción que mostró la historia familiar detrás de la icónica firma de joyería y se convirtió en un referente del Brand Entertainment con impacto global.

A continuación, Nacho Cámara, Head of Brand Entertainment de IPG Mediabrands ofreció una ponencia titulada "Del modelo de la interrupción al modelo de la elección", en la que abordó la transformación del contenido brand funded, coproducido y cocreado por y para marcas. A través de ejemplos como Discovering Canary Islands, El Clásico Golf Cup y una nueva producción para Turismo de Canarias que se lanzará este año, Cámara afirmó que las marcas que entienden el código del entretenimiento y apuestan por él, van más allá de la publicidad tradicional, pasando de ser anunciantes a advertisers. Así, crean contenido de valor, conectan con sus audiencias de una manera más orgánica, efectiva y duradera y generan un impacto real en el negocio

Para finalizar, la última mesa redonda moderada por Cámara, contó con la participación de Sergio Santos, Sports Director de Wakai Media, y Pablo Pinto, Head of Football Editorial de DAZN. Bajo el nombre "Sport Entertainment, una nueva categoría con el impulso de las marcas", se exploraron formas de contribución a la consolidación de una nueva categoría de contenidos deportivos con el impulso de las marcas.

Sin embargo, la participación de IPG Mediabrands Entertainment en el Festival de Málaga continuó la mañana del 19 de marzo con el taller "Técnicas de NeuroResearch", impartido por Mapi Merchante y Nacho Cámara, y el día 20 con la participación de Poncho García-Valenzuela en la mesa de debate sobre financiación y la presentación del caso de El Clasico Golf Cup en una jornada que giró en torno al Brand Entertainment.

IPG Mediabrands Entertainment: un partner estratégico que va más allá

La puesta de largo de IPG Mediabrands Entertainment cerró con una energía contagiosa y una visión clara: este lanzamiento no sólo refuerza el compromiso del grupo con la innovación en la industria audiovisual, sino que redefine las posibilidades para que las marcas sean protagonistas de historias que trascienden la publicidad convencional. Con esta apuesta, IPG Mediabrands se consolida como un partner estratégico de referencia para las marcas y, también, como un aliado clave para la industria audiovisual, ofreciendo soluciones innovadoras que marcan el futuro del Brand Entertainment en un contexto de creciente fragmentación de audiencias, saturación de contenidos y crisis de la atención.

En esta línea, IPG Mediabrands ya cuenta con varios casos de éxito que demuestran la efectividad de esta nueva estrategia de Entertainment Marketing. Ejemplo de ello es Discovering Canary Islands, que logró un 29% de ratio de conversión a visita física a las islas, o el documental Oso, que mejoró en un 48% la imagen de marca de Tous. Dos proyectos que confirman el poder del contenido para generar impacto real y conectar con las audiencias de una manera más relevante y significativa.

IA agéntica: la próxima revolución de la cadena de suministro de los broadcasters



TRIBUNA

En esta tribuna, Zeenal Thakare, vicepresidente senior de arquitectura de soluciones empresariales de Ateliere Creative Technologies, introduce la IA agéntica, un concepto que dará que hablar en 2025 y que prepara su aterrizaje en broadcasters y propietarios de contenido.

25/03/2025

Demos un salto al futuro e imaginemos un mundo en el que podamos programar, localizar, preparar, etiquetar, empaquetar y entregar activos a plataformas y destinos; todo ello, sin tener que lidiar con varios equipos, correos electrónicos, tecnologías que se solapan y horas de coordinación. Así podría ser la experiencia agéntica en una cadena de suministro de medios de extremo a extremo.

En la actualidad, nuestra industria se encuentra en el borde de un cambio revolucionario, impulsado por el auge de la inteligencia artificial agéntica. A diferencia de los sistemas de IA tradicionales, que dependen de algoritmos predefinidos e instrucciones del usuario, la IA agéntica demuestra autonomía, adaptabilidad y capacidad para tomar decisiones de forma proactiva.

Esta evolución está remodelando todas las facetas del panorama de los medios de comunicación: desde la creación y distribución de contenidos, hasta la captación de audiencias y las estrategias de monetización.

El porqué de la experiencia agéntica

¿Por qué conformarse con procesos obsoletos cuando puedes aprovechar una tecnología específica, ágil y adaptada a tus necesidades? La IA agéntica, caracterizada por su capacidad para tomar decisiones, emprender acciones y adaptarse a entornos cambiantes, puede mejorar significativamente los flujos de trabajo de la cadena de suministro de los medios de comunicación.

> **La IA agéntica puede tomar decisiones y adaptarse a entornos cambiantes.**

La capacidad de la IA agéntica para actuar de forma autónoma mientras aprende continuamente la convierte en una herramienta transformadora. Los creativos pueden liberarse de las tareas repetitivas y centrarse en lo que realmente importa: contar historias innovadoras. Extensible y eficiente, se integra a la perfección en los sistemas existentes, fomentando una colaboración más profunda entre humanos y máquinas. ¿Cuál es el resultado? Un canal de medios más inteligente, rápido e impactante, diseñado para satisfacer las demandas de la industria actual.

Reinventando la creación de contenidos

La IA agéntica ha introducido eficiencia sin precedentes en la creación de contenidos. Gracias a ella, sistemas autónomos pueden analizar enormes flujos de datos para identificar temas de tendencia, crear narraciones convincentes e incluso generar contenidos multimedia. Por ejemplo, las herramientas impulsadas por la IA, como los programas de diseño generativo, pueden producir artículos, vídeos y podcasts adaptados a grupos demográficos específicos en cuestión de minutos. Esta capacidad permitirá a las empresas de medios de comunicación producir contenidos hiperpersonalizados a gran escala, mejorando el compromiso y la retención de la audiencia.

> **La IA agéntica puede analizar enormes flujos de datos para identificar temas de tendencia e incluso generar contenidos multimedia.**

Además, la IA agéntica ya está fomentando la colaboración entre humanos y máquinas. Aprovechar esta tecnología para realizar tareas repetitivas, como la transcripción, el etiquetado de metadatos, la comprobación de hechos y la visualización de datos, libera a los creativos para centrarse en el periodismo de investigación, la ideación y narraciones innovadoras. Esta simbiosis está dando lugar a una nueva era de contenidos diversos y de alta calidad que satisfacen las demandas de audiencias globales.

La transformación de la distribución y la personalización

En el ámbito de la distribución de contenidos, la inteligencia artificial está cambiando las reglas del juego. Estos sistemas inteligentes pueden personalizar contenidos de forma autónoma, aprovechando datos en tiempo real sobre las preferencias, comportamientos y patrones de consumo de los usuarios. Asimismo, estas plataformas impulsadas por la IA agéntica ofrecen al público una experiencia sin fisuras mediante la entrega del contenido adecuado en el momento oportuno a través del canal más apropiado, ya sea un servicio de streaming, una plataforma de redes sociales o un dispositivo de realidad aumentada.

Estos sistemas inteligentes pueden personalizar contenidos de forma autónoma, aprovechando datos en tiempo real sobre preferencias o patrones de consumo de los usuarios.

Para los medios de comunicación, este nivel de precisión abre nuevas vías para la publicidad dirigida y los modelos de suscripción. Al predecir las necesidades de los usuarios y adaptar su oferta, las empresas deberían experimentar una mejora de las tasas de conversión y la fidelidad de los clientes. Además, los sistemas de IA agéntica están explorando activamente oportunidades de distribución sin explotar, como los mercados emergentes y los nichos de audiencia, lo que permite a los medios de comunicación ampliar su alcance como nunca antes.

Mejorando la participación del público

Las experiencias interactivas e inmersivas se han convertido en el sello distintivo de los medios de comunicación modernos, y la inteligencia artificial es una de las grandes impulsoras de esta transformación. Los presentadores virtuales, los chatbots y los influencers generados por IA están congregando a las audiencias en tiempo real,

ofreciendo respuestas personalizadas y fomentando un sentimiento de conexión. La IA agéntica también está impulsando la realidad virtual y aumentada, creando experiencias narrativas inmersivas que transportan al público al corazón de la narración.

> **La IA agéntica permite al público convertirse en cocreador, personalizando tramas, personajes o resultados en tiempo real.**

Esta tecnología también permite al público convertirse en cocreador. Los sistemas de IA agéntica permiten a los espectadores personalizar las tramas, los personajes y los resultados en tiempo real, difuminando los límites entre el consumo pasivo y la participación activa. Este cambio no solo aumenta la satisfacción de los usuarios, sino que también proporciona a los medios de comunicación información muy valiosa sobre las preferencias y tendencias de la audiencia.

Consideraciones éticas y desafíos

Aunque el potencial de la IA agéntica en el sector de los medios de comunicación es inmenso, también plantea importantes retos éticos y operativos. La preocupación por la tecnología deepfake, la desinformación y la privacidad de los datos se ha acentuado con la llegada de los sistemas autónomos. Si esta IA autónoma toma una decisión perjudicial, puede ser difícil determinar la responsabilidad. ¿La culpa es del creador, del usuario o de la propia IA? Los medios de comunicación deben implantar marcos éticos sólidos y estructuras de gobernanza para mitigar estos riesgos y garantizar un uso responsable de la IA.

Por otro lado, la adopción generalizada de la IA agéntica puede provocar el reemplazo de empleos, sobre todo en funciones que impliquen tareas rutinarias. Sin embargo, también presenta oportunidades para mejorar las cualificaciones y crear nuevas categorías laborales centradas en la gestión, supervisión y colaboración de la IA para apoyar a estos trabajadores sustituidos.

El camino por recorrer

A medida que avanzamos en este 2025, la integración de la IA agéntica en la industria de los medios de comunicación está llamada a extenderse. Es probable que los futuros avances incluyan sistemas de IA capaces de narrar historias interculturales, traducir idiomas en tiempo real e incluso desarrollar contenidos predictivos basados en tendencias de consumo y datos históricos.

> **Si esta IA autónoma toma una decisión perjudicial, puede ser difícil determinar la responsabilidad. ¿La culpa es del creador, del usuario o de la propia IA?**

El impacto transformador de la IA agéntica es innegable. Si se adopta esta tecnología de forma responsable e innovadora, el sector de los medios de comunicación puede dar paso a una nueva era de creatividad, conectividad e inclusión. Sin embargo, encontrar el equilibrio adecuado entre innovación y responsabilidad ética será clave para aprovechar todo el potencial de esta tecnología revolucionaria. El futuro de la creación de contenidos probablemente pase por un modelo híbrido en el que la creatividad humana se vea potenciada por las capacidades de la IA. Los sistemas de IA se encargarán de las tareas rutinarias y permitirán a los creadores centrarse en el trabajo creativo de alto valor.

Los medios de comunicación deben prepararse para las exigencias técnicas de la integración de la IA. Invertir en una infraestructura de datos sólida para respaldar los sistemas de IA, desarrollar conocimientos técnicos dentro de las organizaciones y crear sistemas flexibles que puedan adaptarse a las capacidades de IA tendrán que vertebrar su hoja de ruta de transformación.

> **Los medios de comunicación deben prepararse para las exigencias técnicas de la integración de la IA, como invertir en una infraestructura de datos sólida o crear sistemas flexibles que puedan adaptarse a sus capacidades.**

A medida que evoluciona el sector, también debería hacerlo el entorno normativo que rodea a la IA en el marco de los medios de comunicación. Las normas de la industria para el uso de la IA en la creación de contenidos, la transparencia en los contenidos generados por IA y la evolución de los derechos de autor y los marcos de propiedad intelectual ocuparán un papel central.

En última instancia, la integración de la inteligencia artificial en el sector de los medios de comunicación supondrá un cambio fundamental en la forma de crear, distribuir y consumir contenidos. El éxito en este nuevo panorama requerirá un enfoque equilibrado que aproveche las capacidades de la IA al tiempo que mantenga la creatividad, la integridad editorial y las normas éticas. Las organizaciones que puedan sortear estos cambios con eficacia, sin dejar de centrarse en la calidad y la autenticidad, estarán mejor posicionadas para prosperar en el cambiante panorama de los medios de comunicación.

Zeenal Thakare

Vicepresidente sénior de arquitectura de soluciones empresariales de Ateliere Creative Technologies

ABC

26 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 14
AVE: 27227 €
ÁREA: 539 CM² - 78%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 39852
OTS: 343000
SECCIÓN: ESPAÑA



RTVE deberá externalizar la mitad de la producción de su canal en catalán por falta de medios

▸ Junts confía en que buena parte de la contratación recaiga en empresas de la órbita del separatismo

EMILIO V. ESCUDERO
MADRID

El lanzamiento por parte de RTVE de un nuevo canal que se emitirá exclusivamente en catalán provocará un nuevo agujero de alrededor de 18 millones de euros en las maltrechas arcas de la corporación, que acumula un pasivo de 430 millones de euros y que, según el informe reciente de una auditoría, tendría una deuda acumulada con Hacienda de 739 millones de euros. Una situación crítica que si la Justicia no le da la razón haría que supere ampliamente la causa de disolución que marca la Ley de Sociedades de Capital.

Y es en medio de ese paisaje donde nace la nueva aventura que parte de las exigencias de Junts de contar con una televisión en catalán financiada por el Estado y se hace realidad por la debilidad parlamentaria del Gobierno, obligado a cumplir con los de Carles Puigdemont para mantener a Pedro Sánchez en La Moncloa. La ausencia de Presupuestos Generales del Estado ha golpeado especialmente a RTVE, cuyos ingresos son claramente insuficientes para hacer frente a los gastos contraídos en los últimos años y de ahí que la nueva dirección del ente público esté maniobrando para conseguir fondos extra que podrían llegar desde la SEPI en las próximas semanas. En cualquier caso, el lanzamiento del nuevo canal en catalán –que se empezará a emitir en otoño como adelantó ayer ABC– no se ha frenado a la espera de aclarar el panorama económico, al contrario.

Aunque todavía no son oficiales sus nombramientos como responsables de la cadena que se estrenará tras el verano, Oriol Nolis y Laura Folguera ya trabajan de lleno en el proyecto, tratando de sentar las bases de la parrilla cuyo contenido deberá ser producido en gran parte fuera de Sant Cugat por la falta de medios. Una externalización que las voces más optimistas sitúan en un 40% y que las más realistas exponen que alcanzará más del 50%. «Ahora mismo los trabajadores del centro de Cataluña ya están saturados y no van a poder asumir esta nueva carga sin ayuda», explican fuentes internas de la corporación.

Con ese panorama, Folguera –que será la número dos del organigrama– ya está manteniendo reuniones con diferentes productoras del ámbito separatista, que son las que Junts espera que se lleven la mayor parte del pastel a repartir. Un total de 10-11 millones de euros en producciones externas, según la previsión que hacen para ABC fuentes de la corporación, que se irán hasta alrededor de los 18 si se tienen en cuenta los doblajes y los gastos de emisión.

Nolis, que será el director del nuevo canal, conoce bien a las productoras de contenido de Cataluña, ya que entre 2021 y 2023 dirigió RTVE en esa comunidad autónoma. Bajo su mandato, el ente público contrató programas con empresas del ámbito filoconvergente e independentista, que son las que ahora han empezado a llamar a su puerta para tratar de hacerse con un hueco en la futura parrilla.

Además de Nolis y Folguera, hay otra figura que está siendo clave en los primeros pasos del nuevo canal, que es Miquel Calçada, el consejero que Junts situó en el consejo de administración de RTVE y que se está encargando de ejercer como puerta de entrada para muchas de estas empresas audiovisuales cuyos propietarios tienen lazos con el independentismo. «Es como un embajador para estas productoras», explican a ABC desde Prado del Rey.

En Cataluña, en el centro de producción de Sant Cugat, la situación se ve con preocupación. Los 800 trabajadores que RTVE tiene contratados ahí cubren a duras penas la producción actual de programas como 'Saber y ganar', '59 segundos', 'Late Xou' o 'Cultura 2', además de Teledeporte y de emisiones para la desconexión catalana como 'Café d'idees', 'Noms propis' o los informativos territoriales. La sobrecarga, denunciada por los sindicatos, es tal que resulta habitual el refuerzo de cámaras, sonido y luminotecnia cuando coincide la grabación de varios de estos programas.

Aun así, fuentes de la dirección de RTVE creen que será posible realizar ajustes para poder cubrir al menos el 60% de la producción del nuevo canal, lo que evitaría un sobrecoste mayor para las arcas de la corporación. Actualmente, el centro de Sant Cugat cuenta con seis equipos técnicos a los que se espera poder añadir uno más en las próximas semanas.

18 MILLONES DE COSTE

Contenidos externos

Se calcula que la mitad de la parrilla del nuevo canal tendrá que hacerse desde fuera del centro de producción de Sant Cugat, aunque algunas fuentes creen que ese porcentaje será incluso mayor. Sólo en contrataciones de contenidos para programas externos se estima un gasto aproximado de entre 10 y 11 millones de euros por año.

Contratación de doblajes

Otro de los costes más importantes que deberá sostener el canal es el de los doblajes. Un presupuesto que se prevé que sea de unos 4 o 5 millones de euros anuales, ya que muchos de los programas que se incluirán en la parrilla (como documentales o animación) deberán ser doblados al catalán. Sin perjuicio de que se haga también a otras lenguas cooficiales, algo a lo que se ha comprometido la actual dirección de RTVE.

Gastos de emisión

Para alcanzar los 18 millones de gasto estimado para el nuevo canal hay que sumar los gastos de emisión, unos dos millones.



Un trabajador de RTVE, en el centro de producción de Sant Cugat (Barcelona) // INÉS BAUCELLS

Reunión del consejo

José Pablo López, director de RTVE, deberá comparecer mañana en la comisión mixta de control de las Cortes, en la que varios de los grupos le preguntarán por el lanzamiento de este nuevo canal. Un asunto que el propio López abordará también de manera interna el próximo viernes, durante el consejo de administración ordinario.

Varios de los consejeros consultados por ABC desconocen los detalles de esta operación que ha sido bendecida por Moncloa y que forma parte del acuerdo sellado por el Gobierno con Junts para la reorganización que se llevó a cabo en el mes de octubre y que ha puesto RTVE al servicio del Ejecutivo, despojando al consejo de las funciones que tenía hasta el momento y dando la mayor parte de los poderes de contratación a José Pablo López, por el que pasan todas las decisiones.

ABC

26 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 6
AVE: 11868 €
ÁREA: 103 CM² - 34%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 39852
OTS: 343000
SECCIÓN: OPINION



TRIBUNA ABIERTA

La RTVE que queremos

POR JENARO CASTRO

«Es la tele pública de todos, con cabida a todas las opiniones y credos pero sin traicionar los principios de neutralidad y proporcionalidad, y con la debida y obligada transparencia»

ES obligado en tiempos de rearme moral hacer una defensa firme de RTVE, por lo que representa históricamente pero también por su contribución a la vertebración de España y por la necesidad de unificar el entretenimiento, la formación y la información para una gran mayoría de españoles. Satisfacer a las grandes mayorías sin caer en el favoritismo partidista es el cometido verdadero de la RTVE que quieres, la que todos queremos. Pero la casa común estatal de la radio y la televisión públicas, con sus respectivos centros territoriales, no tiene arreglo ni lo tendrá nunca sin el consenso mayoritario de los dos tercios del Parlamento que se marcó esperanzadoramente la Ley 17/2006 de RTVE, sucesivamente modificada para adaptar la gobernanza del ente a las necesidades políticas de cada momento. La ruptura de ese principio justo y básico bajo la premisa de la supuesta pluralidad de las minorías, actualmente basada sólo en la conveniencia numérica y no en la representatividad real, incurre en el pecado original de la politización y perjudica los intereses de la sociedad española. Al margen del mandato marco caducado desde hace años que corresponde renovar al Parlamento y del consiguiente contrato programa; al margen del debate sobre un incremento parcial y sostenible de la publicidad que un día se retiró para favorecer a grupos mediáticos e ideológicos concretos, la ciudadanía reclama una democratización auténtica de RTVE que permita a la mayoría sentirse reflejada en la programación.

Tradicionalmente ha habido un abandono de RNE y del resto de canales de las ondas públicas que indica falta de ambición y competitividad y exceso de favoritismo hacia la tele. La radio y los medios interactivos deben ser tan protagonistas como la televisión, si bien la tele es la reina de la fiesta. Comparto el criterio de que hacer televisión es caro y de que cada décima de 'share' cuesta dinero. No hay que ser contrarios a la producción externa siempre que aporte calidad y formatos originales respaldados por la audiencia sin estar condicionada al reparto de negocio de las productoras. Pero defiendo la producción propia como obligación de partida en una corporación con más de 6.000 empleados, con un coste salarial anual de 490 millones sobre un presupuesto que ronda los 1.200 y con unas obligaciones que atañen a los derechos de los ciudadanos, tales como el derecho a una información veraz y el respeto a la libertad de expresión, creencias, pensamiento o género sin caer en la militancia del activismo político.

La RTVE que queremos es una RTVE de todos, con cabida a todas las opiniones, siempre desde el equilibrio, pero sin traicionar los principios de neutralidad y proporcionalidad, y con la debida y obligada transparencia. Quienes hemos tenido o tienen responsabilidades dentro sabemos que no es tarea fácil, que no somos ajenos a las presiones mediáticas, políticas, sindicales y de las propias familias internas y externas, de forma que todo influye en la marcha de la corporación. La audiencia de TVE va razonablemente bien mientras esté por encima del 10%. Hay programación, trabajo y talento para sostener la navegación del trasatlántico público en todas sus manifestaciones televisivas, radiofónicas e interactivas. Pero la RTVE que queremos debe ser la que quieren los ciudadanos, sus verdaderos dueños. Y junto a la ciencia inexacta de los medidores de audiencia, son ellos, los clientes que pagan y siempre tienen razón cuando pulsan el mando, quienes dictan sentencia a diario.

Pido un periodo de gracia para la actual RTVE, incluidos su actual Consejo de Administración y su dirección ejecutiva. Pero sobre todo pido confianza en sus cualificados trabajadores. Debemos creer en RTVE, pero también en el derecho de todos los que aquí estamos a trabajar en condiciones de igualdad. Debemos creer en la libertad y en la verdad, pero también en la necesidad de evitar manipulación, abusos, acoso y persecuciones de los que piensan o tienen un criterio distinto. Se hace obligado el respeto a la trayectoria y la carrera profesional, pero eso vale para todos y no sólo para el polo dominante. En definitiva, debemos buscar juntos una RTVE de todos, la única viable, la que la ciudadanía y todos queremos.

JENARO CASTRO ES PERIODISTA Y FUE MIEMBRO DEL CONSEJO DE RTVE



Cine de Buenos Aires durante la inauguración del Bafici. · Fotografía: Bafici

INDUSTRIA

David Rodríguez (Comscore): "Hay que buscar soluciones para mejorar la asistencia a los cines"

El General Manager en España y Portugal de Comscore Movies nos habla de Cinequest, una herramienta de análisis para entender mejor los estrenos en cine

LUIS FERNÁNDEZ **26.03.2025**

En tiempos de zozobra lo único a lo que aferrarse son los datos. Las realidades objetivas, irrefutables y ciertas ayudan a sortear el mar de dudas que rodea a la industria audiovisual, siempre en cambio, siempre en transformación. En ese mar habitualmente agitado, Comscore se intenta consolidar como pilar fundamental para entender las fluctuaciones de la exhibición en cines, los caprichos de la taquilla y los intereses de los espectadores. Para seguir ahondando en la medición y análisis de tendencias, la compañía ha lanzado Cinequest, una herramienta -en su núcleo, un servicio de encuestas- para profesionales del sector que busca "encontrar respuestas a preguntas que todos teníamos". Hablamos con David Rodríguez, General Manager en España y Portugal de Comscore Movies, sobre las posibilidades de un servicio que, en última instancia, busca aportar valor e incrementar la asistencia a las salas: "Aumentar la asistencia al cine es bueno para todos los que trabajamos en la industria. Es sano y es cultura".

De la empresa (EDI) original, a la compra por parte de Nielsen, luego Rentrak y finalmente la fusión con Comscore desde 2016, la compañía ha pasado por numerosas fases en las que se ha ido asentando como elemento clave del sector. En buena parte de esos años también ha estado presente David Rodríguez, con 28 años ya de experiencia y que ha observado un claro viraje en las tendencias en la prepandemia e inmediatamente después de la misma: “A partir de 2021 ha habido un cambio de hábitos muy drástico. Y es verdad que los cánones que antes valían por ejemplo de fechas de estreno o de multiplicadores, por ejemplo si una película arranca el viernes con esta cifra automáticamente el sábado hará tanto, ya no tienen sentido”. Aunque los grandes 'players' del sector cuentan con sus propios métodos de medición y seguimiento, desde distribuidoras a cadenas de cine, Comscore creyó en la necesidad y vio el hueco para una herramienta sectorial que permita hacer un seguimiento de las nuevas realidades de la industria y que pueda añadir valor al seguimiento de los estrenos.

Así nace Cinequest, “un innovador servicio de encuestas diseñado para proporcionar información sin precedentes sobre la composición demográfica y el comportamiento de la audiencia cinematográfica en el mercado español”. Pero, ¿cómo funciona? “Básicamente son encuestas”, resume Rodríguez, “encuestas online que hacemos en colaboración con GECA. En otros territorios contamos con PostTrak a nivel presencial y cuya adaptación era compleja. Así que nos reunimos con ellos, buscamos alternativas y se decidió que lo más óptimo para nuestro mercado eran las encuestas con el modelo CAWI, sí o no y con respuestas cerradas”. Este modelo conlleva que se realizan 500 encuestas semanales a 500 individuos diferentes, “es un barómetro”.



David Rodríguez, General Manager Spain & Portugal Comscore Movies ·

La herramienta lleva en marcha ya 21 semanas: “Por ejemplo, el campo sale el lunes por la mañana. Y la primera pregunta es: ¿Ha sido al final de la semana anterior? Si ha dicho que sí, empieza el cuestionario. Intentando hacer un cuestionario que tenga solidez todas las semanas y en el que se vayan metiendo preguntas aleatorias sobre hábitos, como ‘¿por qué no vas al cine?’ o ‘¿por qué sí vas al cine?’. Se va afinando para que el cuestionario sea corto y ágil para que el que vaya a responder esté centrado y diga la verdad”. Desde Comscore son conscientes de que todas las mediciones tienen un sesgo y lo que buscan es atenuarlo: “Si haces una encuesta presencial a pie de cine, si has visto un contenido que te ha encantado, te ha encantado muchísimo, tu nivel de apreciación quizás es algo que no es del todo real. Y con preguntas más complejas no vas a querer quedar mal con el que te encueste”. La idea es encontrar un juicio más reposado alejado del 'hype' generado por la propia experiencia en cine".

> *"Vamos a ver primero quién va al cine... y a partir de ahí intentar aumentar su frecuencia. Es más sencillo empezar la casa por los cimientos y no por el tejado”*

Comscore, a través de GECA, trabaja en España con una tercera empresa que cuenta con entre 50.000 y 55.000 personas dispuestas a responder a estos cuestionarios. “Ya están prereclutados. Con eso quiero decir que sabemos el sexo que tienen, la edad... un montón de información que ya está recopilada y no hace falta preguntarlo”, detalla Rodríguez. Aunque una de las grandes incógnitas actuales es el porqué la gente no va a al cine o ha dejado de hacerlo, Cinequest busca empezar a arañar la superficie de la cuestión preguntando primero a quién sí va al cine: “Vamos a ver primero a la gente que va al cine: ver por qué va, por qué no va, por qué va menos... y a partir de ahí intentar aumentar la frecuencia. Creo que es más sencillo empezar la casa por los cimientos y no por el tejado”. La asistencia al cine actualmente se sitúa en 1,46 veces por habitante al año, “a todos nos encantaría que los 48 millones de habitantes fueran al cine”, así que el objetivo de inicio es conocer primero al público que habitualmente asiste a las salas y después seguir aumentando la muestra. “Llevamos cinco meses y obviamente cuando llevemos 12 meses de muestra tendremos un poco más de información y podremos aumentarla o enfocarla de otra manera. Pero poco a poco”, admite Rodriguez.

Distribuidoras, productoras, cadenas de cine, agencias de publicidad, medios de información... Cinequest puede ser de utilidad para un amplio abanico de profesionales aunque “a nivel de volumen un distribuidor o productor pueden ser los más afectados, aunque las cadenas de cine han mostrado un gran interés”, reconoce

Rodríguez. El servicio se presentó en la pasada SEMINCI, en concreto dentro del Mercado de cine independiente (MERCI), precisamente buscando a ese público más proclive a utilizar este tipo de información aunque los contactos posteriores con otros actores claves de la industria les hayan sorprendido. “Creo que es algo bueno para la industria. Puede sonar un poco bucólico, pero llevamos tiempo en esta industria y nos consideramos parte de ella. Lo que queremos es que la gente vaya a las salas de cine”, señala Rodríguez como uno de sus objetivos principales, “creo que hay que intentar buscar soluciones para mejorar la asistencia”.

> *"Lo que queremos es que la gente vaya a las salas de cine. Creo que hay que intentar buscar soluciones para mejorar la asistencia"*

Tras estos cinco meses iniciales las primeras conclusiones salen a la luz, “muchas cuestiones que todo el mundo suponía ahora se plasman con datos, que es algo importante”, entre ellas que la gente elige el cine por la propia experiencia cinematográfica o como plan de socialización con amigos o que el precio de la entrada sí supone una traba real en las razones para descartar el cine como plan de ocio. “La gente te está respondiendo que es caro, pero cuando va cumple las expectativas”, señala Rodríguez con los primeros datos sobre la mesa -en el 17% de los casos ha superado las expectativas, en el 72% cumple las expectativas y en el 10% no cumple las expectativas-, “pero a la vez cuando le preguntamos por el precio de la entrada, una vez experimentado el plan, hay un 56% de personas que dicen que les parece correcto. Hay cierta dicotomía”. Cada lunes se lanzan unas 600 encuestas de las que se seleccionan 500 para cubrir todos los tramos demográficos y espaciales. “A veces valoramos la medida del estreno de una película por su capacidad de empapelar Madrid y Barcelona y por eso es importante intentar cubrir todo el territorio posible fuera de las grandes ciudades”, señala Rodríguez, “y esa publicidad exterior a veces no tiene la importancia que le otorgamos frente a otros elementos”.

Canales de descubrimiento de las películas

- (29%) Publicidad en TV y Radio
- (27%) Promoción redes sociales
- (24%) Publicidad en cine
- (24%) Recomendación de amigos
- (19%) Promoción en Internet
- (18%) Artículo de una película
- (12%): Publicidad exterior
- (4%) Otros

Cinequest se encuentra en constante evolución y se incorporan 'assets' que puedan interesar a clientes potenciales. “No es algo encorsetado”, afirma Rodríguez, “nuestro 'partner' nos da la posibilidad de implementar, crecer y aprender”; y además intenta cubrir todos los estrenos que llegan a la cartelera: “El nivel de saturación cada semana es muy fuerte, pero intentamos que estén prácticamente todas y cogemos muestra de todas al menos de tres o cuatro semanas. Estamos encontrando ese equilibrio para que podamos recoger información de muchas películas”. El servicio puede ayudar a grandes empresas a complementar sus propias encuestas y a las más pequeñas a ir menos a ciegas y a calibrar mejor los esfuerzos económicos; así como estudiar mejor, por ejemplo, el 'ranking' de impacto por redes (Instagram, YouTube, TikTok): “Al final sirve para complementar la taquilla con los hábitos de consumo de los espectadores, que al final son los que deciden. Puede ayudar a entender ciertos fenómenos de la taquilla que de repente salen un poco de la nada. Fenómenos como ‘Siempre nos quedará mañana’, que estrena con 175.733€ y acaba superando el millón”. Y entender estos hábitos y tendencias también ayuda a mejorar las herramientas de promoción. Según los primeros datos, los espectadores eligen su película por el género o temática; después el tráiler, “qué importante es un tráiler y que tenga visibilidad”; en tercer lugar por ir acompañando a alguien que quiera ver una determinada película. “Hay que estar ahí para coger el radar y captar los constantes cambios”, finaliza Rodríguez.



Hall y taquillas de los Yelmo Cines Ideal en Madrid · Fotografía: Cines Yelmo

PALCO23

MEDIA

La FIFA vende los derechos televisivos del Mundial 2026 y 2030 en Reino Unido a BBC e ITV

El máximo organismo rector del fútbol mundial ha vendido el broadcasting en Reino Unido de las dos próximas citas mundialistas a BBC y a ITV. El próximo mercado en el que la Fifa espera cerrar un acuerdo audiovisual es Italia.



Palco23 18 dic 2024 - 10:06

Los dos próximos Mundiales ya tienen broadcaster. La Fifa ha vendido los derechos televisivos del Mundial 2026 y 2030 en Reino Unido a las cadenas BBC e ITV, según ha confirmado el organismo en un comunicado.

No ha trascendido de forma oficial el importe de ninguno de los dos acuerdos. Sin embargo, varios medios especializados ingleses apuntan a que se podrían haber cerrado por un importe superior al del Mundial de Qatar 2022, que ascendía a 200 millones de dólares.

Por un lado, la BBC ofrecerá cobertura en directo y programas resumiendo lo más destacado tanto en su principal canal de televisión como en iPlayer, mientras que se transmitirán comentarios de audio en vivo en BBC Radio 5 Live y 5 Sports Extra.

Por su parte, la cadena ITV transmitirá partidos en vivo de forma gratuita en ITV1, ITV4 e ITVx, a los que se sumarán también programas con momentos destacados y contenido exclusivo en los canales sociales de ITV Sport.

Mattias Grafström, secretario general de la Fifa, ha asegurado que, desde el organismo, “estamos encantados de poder ampliar nuestra asociación con la BBC e ITV al próximo año; dos ediciones del torneo, ya que proporcionarán plataformas sólidas en el Reino Unido para llegar a la audiencia más amplia posible y optimizar la experiencia de visualización”.

La Fifa aprobó el cambio de formato para el Mundial de 2026

Alex Kay-Jelski, director deportivo de la BBC, ha añadido que “la BBC está encantada de poder retransmitir estos torneos.; la Copa del Mundo es mágica, un evento que detiene a todo el planeta y estamos ansiosos por llevarlo a la gente en todas las plataformas”.

Por último, Niall Sloane, director deportivo de ITV, ha subrayado que “estamos deseando retransmitir estos dos torneos de forma gratuita en ITV e ITVx” y ha añadido que “la Copa del Mundo siempre ofrece algunos de los momentos más memorables, históricos y emocionantes del calendario deportivo y estamos felices de mostrar lo mejor del fútbol al mayor público posible”.

La competición de fútbol de 2026, que se disputará en Estados Unidos, México y Canadá, contará con 48 selecciones divididas en doce grupos, en un torneo en el que se disputarán la cifra récord de 104 partidos.

El Mundial 2030 se disputará en España, Marruecos y Portugal. En este caso, el gobierno español estima que la organización del torneo aportará ingresos de 10.000 millones de euros. Concretamente, la cifra se reparte en un impacto directo en el PIB de 5.120 millones de euros y en generar más de 5.500 millones de euros a través del turismo, para un total de más de 10.000 millones de euros.

SPORT

PAÍS: España
PÁGINAS: 7
AVE: 3003 €
ÁREA: 154 CM² - 39%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11988
OTS: 203000
SECCIÓN: BARÇA

26 Marzo, 2025



ALERTA POR LA VENTA DE LOS ASIENTOS VIP DEL SPOTIFY CAMP NOU

El 'fair play' del Barça vuelve a estar en peligro

El nuevo auditor, Crowe Spain, cuestiona la operación clave para poder operar con normalidad en el próximo mercado de fichajes

VÍCTOR GONZÁLEZ
Barcelona

El FC Barcelona enfrenta una nueva controversia interna relacionada con la auditoría de sus cuentas, un factor clave para cumplir con las normas del 'fair play' financiero de LaLiga y asegurar margen de maniobra en el mercado de fichajes para la ventana de este verano.

La cuestión gira en torno a la venta de los asientos VIP del Spotify Camp Nou por 100 millones de euros. Una empresa auditora temporal avaló esta operación en enero, cuando se cerró de forma definitiva el acuerdo, lo que permitió al Barça recibir el visto bueno de LaLiga para volver a la regla 1:1 y conseguir margen salarial para inscribir a Dani Olmo, Pau Víctor y evitar así quedarse sin los jugadores.

Cabe recordar que, ahora mismo, tanto Olmo como Pau Víctor están jugando gracias a la cautelar del CSD al considerar LaLiga que el ingreso llegó fuera de tiempo, el pasado el 31 de diciembre, pese a aprobar la operación económica.

Sin embargo, la nueva auditora del club, Crowe Spain, no está de acuerdo con el criterio de la auditoria temporal que validó la operación. En una información de Adrià Soldevila en el programa 'Què t'hi jugues?', de la Cadena 'SER', el periodista ha confirmado que, según la firma, los 100 millones no deberían computarse íntegramente en esta temporada porque el activo —los nuevos asientos VIP— aún no existe.

En su lugar, plantean dos opciones: registrar solo los 58 millones de líquido ya ingresados el 3 de enero o, incluso, dividir los ingresos totales del acuerdo a lo largo de los 20 años de contrato por la cesión de los asientos, es decir, 5 millones por temporada. Esta discrepancia es clave, ya que, si LaLiga finalmente acepta el criterio de Crowe, el Barça perdería, en el mejor de los casos, 42 millones de euros en su límite salarial para el próximo verano.

El club, por su parte, defiende su postura, insistiendo en que debe mantenerse el criterio inicial para no comprometer su capacidad de fichar en verano. LaLiga sigue a la expectativa, mientras el Barça busca cerrar el asunto antes del 31 de marzo, fecha límite para presentar las cuentas auditadas.



Joan Laporta, presidente del FC Barcelona // JAVI FERRÁNDIZ

SEGÚN APUNTA LA SER, LOS 100 MILLONES NO DEBERÍAN COMPUTARSE ÍNTEGRAMENTE EN ESTA TEMPORADA PORQUE EL ACTIVO NO EXISTE AÚN

SI LALIGA ACEPTA EL CRITERIO DE CROWE, EL BARÇA PODRÍA PERDER 42 MILLONES DE EUROS PARA EL PRÓXIMO VERANO

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,42-43
AVE: 35910 €
ÁREA: 1939 CM² - 135%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: PORTADA

26 Marzo, 2025



INVESTIGACIÓN

Parlem presentó al Barça un proyecto casi idéntico al del moldavo Birladeanu una semana antes de registrarse New Era en España. Tres trabajadores cualificados de la compañía catalana de telecomunicaciones fueron después contratados.

Siete días y un plan bajo sospecha

TONI FRIEROS
Barcelona

La elección de New Era Visionary Group (NEVG) como empresa responsable de la conectividad y estructura telefónica del Camp Nou (antenas, repetidores, fibra óptica, 5G, etcétera), además del negocio de la telefonía móvil y todos sus servicios derivados, ha causado una gran perplejidad en el sector de las telecomunicaciones, donde todos se conocen... Y donde nadie sabía nada de quién era NEVG.

Para entender mejor todo el proceso conviene tener en cuenta que no fue el FC Barcelona, sino la empresa constructora turca Limak, la que puso en marcha el *tender* (proceso de selección formal) para el proyecto de conectividad del Camp Nou. Era, y es, una de las obligaciones contractuales de Limak dentro del prolijo contrato entre el FCB y la constructora.

Fuentes del sector consultadas por EL PERIÓDICO confirman que fue Limak la que envió el pliego de condiciones a diferentes compañías de reconocida experiencia en el sector de las telecomunicaciones, como son Cellnex, Orange o Telefónica. Limak, obviamente, necesitaba saber qué modelo de telecomunicación desplegaría cada compañía para el remodelado Camp Nou en el caso de ganar el concurso. Por ejemplo, Cellnex presentó el que implementó en el Estadio Wanda Metropolitano del Atlético de Madrid, mientras que la carta de presentación de Orange fue su experiencia en los Juegos Olímpicos de París 2024.

Fuentes conocedoras de aquel concurso explican a este diario que en un principio el FC Barcelona le habría comunicado a Cellnex Telecom España que había sido la compañía ganadora de ese *tender* y que le harían llegar la *comanda* en pocas semanas. La intervención del FCB en este caso podría sorprender ya que, por sentido común, debería ser Limak quien asumiera esa responsabilidad. Es como si el FCB interviniera en la elección de la empresa que debe proveer el cemento o el hierro.

El piso de Sant Andreu

Cellnex Telecom España, según esas mismas fuentes, nunca llegaría a recibir el contrato final y explican que la propuesta final recayó finalmente en Orange, también a través del FCB, si bien acompañada de una indicación adicional: para desarrollar el proyecto integral de comunicación del Camp Nou tendría que asociarse con una empresa llamada New Era Visionary Group, cuya filial española estaba domiciliada en Barcelona (en un piso del barrio de Sant Andreu) y la empresa *madre* establecida en un *coworking* de los Emiratos Árabes, Ras-Al-Khaimah. El propietario de NEVG es Ruslan Birladeanu, ciudadano de Moldavia, que ya estaba colaborando con el FCB como licenciatario de un café y, a través de su hijo, de relojes de lujo.

El 20 de febrero de 2024, el director de compras del Barça se reunió con Parlem

La empresa catalana ofreció un proyecto llamado Barça Connect

Fue el jueves 21 de noviembre de 2024 cuando el FC Barcelona hizo oficial que New Era Visionary Group pasaba a ser de forma oficial el nuevo Official Telecom Operator del Club durante los próximos seis años, desde el 1 de enero de 2025 hasta el 31 de diciembre de 2030 (en el enunciado, el club se equivocó al decir cinco años). El FCB afirmaba en su comunicado que NEVG era «líder mundial en conectividad e integraciones de infraestructuras», cuando en realidad nunca había hecho ningún trabajo previo ni se le conocía en el mundo de las telecomunicaciones.

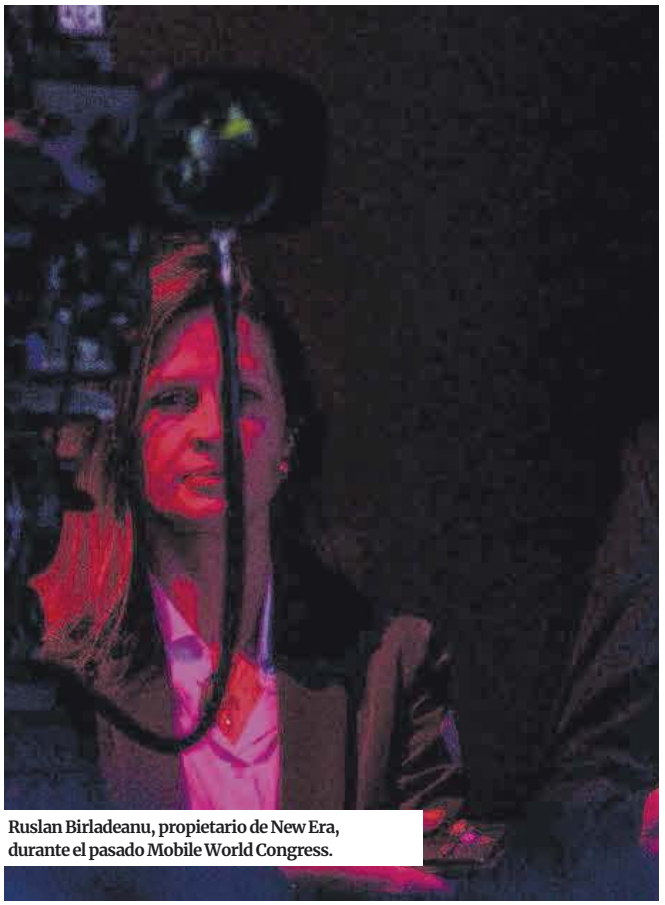
La tecnología

Es decir, NEVG carecía de edificio corporativo y de estructura administrativa y de personal. A pesar de ello, el FCB también aseveraba en su nota de prensa que «NEVG servirá como integrador de sistemas maestros, supervisando el diseño y la implementación de este sistema de vanguardia [en referencia al 5G]» y que el Camp Nou contará «con la tecnología más innovadora de NEVG». ¿Cuál es esa tecnología si NEVG necesita ir de la mano de Orange para poder desplegar ese negocio?

Las diferentes fuentes del sector consultadas por EL PERIÓDICO, y que han tenido acceso a las condiciones del concurso, afirman que el presupuesto total para implementar toda la infraestructura y tecnología en telecomunicaciones para el nuevo Camp Nou ronda los 12 millones de euros, dinero que sale del presupuesto que tiene firmado Limak con el FCB. La pregunta clave es: de esos 12 millones, ¿cuántos recibe Orange para desplegar toda su infraestructura? ¿Con cuánto se queda NEVG por su intermediación?

La otra parte de este pastel es el llamado Barça Mobile, un negocio que también desplegará NEVG conjuntamente con Orange, que será la empresa que instalará las antenas, repetidores, etcétera. Entonces, ¿qué hará NEVG? ¿qué aportará? En el comunicado del FCB se podía leer que «Barça Mobile ofrecerá todo su abanico de servicios a toda la afición, así como a otras personas que puedan estar interesadas, como tarifas móviles, servicios de datos y fibra óptica, entre otros». Y es aquí, en este punto, donde aparece la primera gran sorpresa, no la única, después de la investigación llevada a cabo.

EL PERIÓDICO tiene acreditado que el 20 de febrero de 2024, el di-



Ruslan Birladeanu, propietario de New Era, durante el pasado Mobile World Congress.

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,42-43
AVE: 35910 €
ÁREA: 1939 CM² - 135%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: PORTADA

26 Marzo, 2025



rector de compras del FC Barcelona, César Martínez, y el responsable de compras del departamento de IT (área de tecnología y transformación digital) del FCB se reunieron con la empresa catalana Parlem Telecom Companyia de Telecomunicacions S.A.

Parlem, constituida en julio de 2014 y cotizada en bolsa, le presentó al FCB un proyecto y un plan de negocio llamado Barça Connect para ser el operador virtual del club azulgrana, es decir, a imagen y semejanza del negocio Barça Mobile adjudicado después a NEVG por el FCB. Una de las diferencias radicaba en que Barça Connect se planteaba implementarlo a través del departamento del Barça Innovation Hub como uno de sus servicios digitales. En la propuesta presentada por Parlem se exponía que Barça Connect podría proporcionarle al FCB unas ganancias de 35 millones de euros.

Recordemos la reunión de trabajo entre el FCB y Parlem: 20 de febrero de 2024. Solo siete días más tarde, el 27 de febrero, fue constituida en el Registro Mercantil la empresa New Era Visionary Group Iberia SL, cuyo administrador era Francisco Maza Sánchez, ciudadano español condenado en Andorra en 1999 a seis meses de cárcel por estafa y falsedad documental.

Adjudicación

Llegados a este punto sorprende que, si para desplegar toda la infraestructura de telecomunicaciones del Camp Nou el FCB/Limak sí hicieron un *tender* invitando a diferentes empresas líderes del sector, ¿por qué el nuevo modelo de negocio de Barça Mobile se ha adjudicado directamente a New Era Visionary Group, una empresa nueva y sin experiencia que utilizará la potentísima marca Barça a su conveniencia? ¿Qué filtros de control interno ha pasado NEVG dentro del club, ya sea en el departamento de compliance o de márqueting?

El 27 de febrero de 2024 se constituyó la filial española de New Era en un piso de Sant Andreu

El 21 de noviembre de 2024, el club anunció que NEVG pondría en marcha Barça Mobile

Segunda sorpresa. Demos por sentado que la propuesta inicial presentada por la compañía Parlem para desarrollar el proyecto de telefonía móvil, datos, fibra, etcétera, llamada Barça Connect, y la presentada después por New Era Visionary Group, Barça Mobile, fue producto de una gran casualidad en el tiempo y que nada tienen que ver una cosa con la otra, a pesar de que solo transcurrieron nueve meses entre la reunión de Parlem con el FCB y el anuncio oficial del FCB eligiendo a NEVG. Pues bien, para poner en marcha y desplegar todo el proceso de implementación del negocio Barça Mobile de NEVG, esta empresa, o quizá el propio FCB, o tal vez incluso Orange, porque algunos actores se han acogido a la palabra de moda («confidencialidad») y este diario no ha podido acreditarlo con exactitud, han fichado a tres extrabajadores de Parlem.

Papel activo

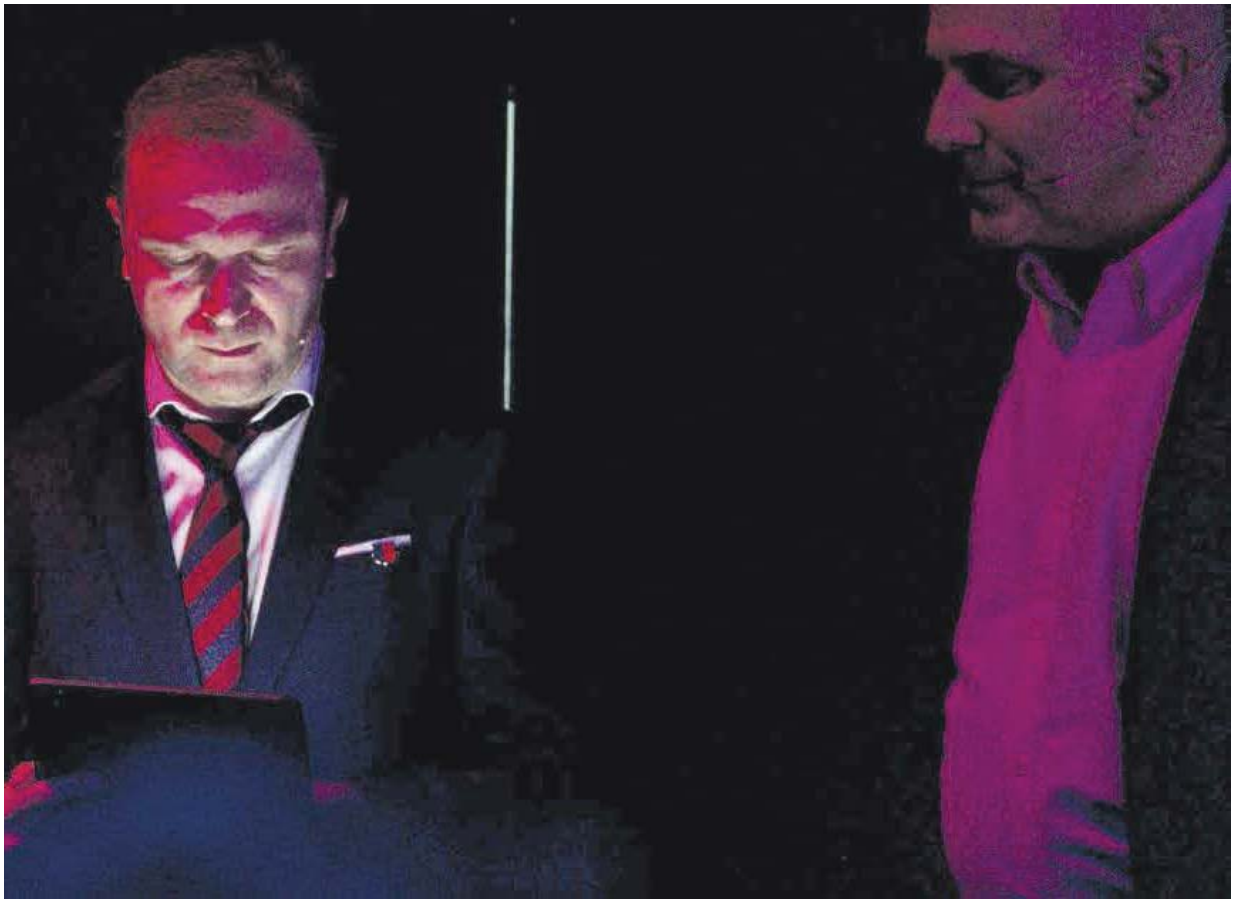
Y no han contratado a tres profesionales cualquiera. De Parlem se han ido a Barça Mobile el director de márqueting, Isaac Comajuncosa; el Product Manager, Carlos Manzanares; y la responsable de Patrocinios y Eventos, Cèlia Molas. Es fácil deducir que alguno de esos tres profesionales estaría supuestamente al corriente del proyecto Barça Connect de Parlem y que participaron en el mismo. El director de márqueting tuvo un papel activo en el desarrollo del proyecto Barça Connect de Parlem Telecomunicacions que se le presentó en febrero de 2024 al FCB.

También llama poderosísimamente la atención que los tres trabajadores citados abandonaron Parlem pocos días antes de que el FCB y NEVG hicieran oficial el acuerdo en noviembre de 2024.

La aparición de New Era en el entorno del Barcelona no es menor, de hecho ha sido de vital importancia para la entidad por otro tema que no tiene absolutamente nada que ver con la implementación de la red de telecomunicaciones del Camp Nou o el negocio de la telefonía móvil.

NEVG, aunque cueste creerlo, ha sido la empresa que adelantó 28 millones de euros al Barça desde su banco de los Emiratos Árabes para la explotación a 30 años de una parte de los asientos VIP del futuro Spotify Camp Nou. Una sorprendente inyección económica que permitió al FCB poder inscribir, fuera de plazo, a Dani Olmo y Pau Víctor, que están jugando de forma cautelar gracias al dictamen del CSD.

Recordemos que tanto el presidente del Barcelona, Joan Laporta, como la vicepresidenta Elena Fort se negaron a dar el nombre de las empresas que habían adquirido los derechos de explotación de los asientos VIP ante los medios de comunicación amparándose en cláusulas de confidencialidad. El presidente de LaLiga, Javier Tebas, ha manifestado en diferentes ocasiones que la operación de los asientos VIP entre NEVG y el FCB es muy sospechosa y así lo han denunciado al CSD. ■



Jordi Otix

DEPORTES

Louzán exige un informe a la autora del amaño de las sedes

FÚTBOL. La RFEF evaluará el proceso en el que se manipuló la lista de los estadios del Mundial y ya estudia depurar responsabilidades / Sanz trata de acreditar que se alteraron las puntuaciones «a sus espaldas»

LUIS NÚÑEZ-VILLAVEIRÁN
ESTEBAN URREIZTIETA MADRID

«Es una mujer a la que le gusta estar cerca al poder». Con esta frase definen a María Tato fuentes de la Real Federación Española de Fútbol (RFEF). La actual directora de la candidatura para el Mundial 2030 y miembro del Área de Internacional de la RFEF es la única que se salvó de la *limpia* que hizo el presidente, Rafael Louzán, de este comité tras la destitución de Fernando Sanz y Jorge Mowinckel a finales del año pasado. Un comité, por cierto, que dentro de la Federación cuentan que no tenía la mejor de las relaciones entre ellos. «No se hablaban», apuntan desde el ente.

La salida de estos dos nombres dejó a Tato como la única persona dentro del estamento con conocimiento de primera mano de las vicisitudes no sólo del proceso de selección de sedes, que estalló por los aires con la exclusiva de este periódico, sino de toda la organización y el contacto con el resto de los países que comparten candidatura del Mundial.

Tras el escándalo de la manipulación de las actas en las que se cambiaba de manera arbitraria a Vigo por Anoeta, es responsabilidad de la propia Tato el informe en el que se explique este proceso de manera detallada. Así lo ha solicitado la Presidencia como inicio de una investigación interna sobre lo ocurrido.

La elaboración de este documento, que esperan que se produzca de manera inminente, y el conocimiento que la miembro del Área de Internacional tiene de la candidatura mundialista son los factores que mantienen a Tato vinculada a la RFEF.

No es la primera vez que la directora ha estado con un pie fuera en la RFEF. Cuentan algunos trabajadores que a finales de año, cuando se produjo la salida de Sanz y Mowinckel, ella les reveló que también había sido despedida por Louzán. Pero en el organismo aseguran que Recursos Humanos nunca llegó a emitir ningún despido o finiquito.

La otra ocasión se produjo durante su periodo como directora de Fútbol Femenino de la RFEF, cargo al que llegó de la mano de Luis Rubiales, en septiembre de 2020, y en el que apenas permanece un año y cuatro meses. Al parecer, según varias quejas que se realizaron al departamento de Integridad, la directora había cometido ciertos abusos de poder con sus subordinados. Contaban que les utilizaba para cuestiones personales que no se correspondían con las funciones de su cargo.



María Tato, responsable del Comité Técnico de la Candidatura del Mundial 2030, en un acto organizado por el diario 'Marca'. ÁNGEL RIVERO / MARCA

La RFEF ya estudió su despido hace unos meses por su gestión al frente del Mundial

El resto del Comité acusa a Tato de traición al alterar las puntuaciones «por su cuenta»

Estos hechos obligaron a Rubiales a sustituirla por Ana Álvarez y desplazarla al Área de Internacional.

María Tato, licenciada en Derecho, había llegado a la Federación tras encargarse del fútbol femenino del Athletic Club como vicesecretaria de la Junta Directiva del ex presidente Aitor Elizegi. Ella fue una de las encargadas de que el equipo de féminas jugara en el estadio de San Mamés. De hecho, en enero de 2019, más de 48.000 espectadores asistieron a un partido de Copa del Rey contra el Atlético de Madrid. En aquel entonces, esa cifra supuso el récord de asistencia a un partido de fútbol femenino en Europa.

Pese a que fue también presidenta de la Asociación de Mujeres Directivas y Ejecutivas de Euskadi y de la Confederación de Empresas de Formación del País Vasco (CECAP), cuentan personas que la conocen que su deseo siempre había sido vincularse al fútbol. «Es una *futbolholic*», definen el gusto que tiene por el sector y por mantenerse vinculada al mismo.

Su trayectoria vinculada al deporte comienza con la asesoría jurídica de la Unión de Federaciones Deportivas Vascas y se prolonga con la presidencia del Tribunal de Arbitraje Deportivo del País Vasco y con un puesto de vocal en el Comité Vasco de Antiviolencia en el Deporte. Hasta que se introduce en el Athletic y de ahí llega a la Federación.

Pero la letrada no termina de casar con las personas que trabajan en la institución. Hablan de una mujer atormentada y muy interesada, y con la que es muy difícil trabajar. «Usa a la gente para sus propósitos», apuntan desde dentro del ente federativo. A día de hoy le quedan pocos apoyos y más tras el escándalo en el proceso de elección de sedes que reveló este diario el pasado lunes.

Los audios también hechos públicos por EL MUNDO la sitúan como principal autora de manipulación de las actas de la elección de sedes para el Mundial. «Vamos allá. Vamos a meter valores en el Excel a ver qué nos queda. La primera prueba de las 800 que haremos hasta que nos cuadre con el resultado», se escucha a la directora de la candidatura, que se encargó de forma casi unilateral de las puntuaciones y de la manipulación posterior de las mismas.

En esta línea, los otros miembros del comité aseguran que ese cambio de Balaídos por Anoeta lo realizó ella «por su cuenta» sin contar con el beneplácito del resto antes de enviárselo a la cúpula de la RFEF. De ahí que Fernando Sanz, por ejemplo, ya se haya ofrecido para dar su versión y acreditar que ha sido una «víctima» de los manejos de María Tato y que actuaron «a sus espaldas».

La todavía responsable mantuvo informado puntualmente del proceso al actual presidente, Rafael Louzán, a quien reportó los «criterios de baremación» y las negociaciones secretas con el Gobierno, para sorpresa del resto de miembros del Comité del Mundial.

Una vez que entregue, con carácter urgente, el informe para defender su actuación, la Federación lo examinará con detalle para actuar en consecuencia.



Abel Caballero muestra la página de El MUNDO sobre las reuniones del Comité del Mundial 2030, ayer. EM

De un tractor a 18 años de inquina

Caballero y Louzán son rivales políticos desde 2007, cuando se pelearon desde la alcaldía de Vigo y la Diputación de Pontevedra

ABRAHAM P. ROMERO MADRID

Se podría decir que el enfrentamiento empezó por un tractor. Tan simple como directo. Abel Caballero, alcalde de Vigo por el PSOE desde 2007, y Rafael Louzán, presidente de la Diputación de Pontevedra por el PP entre 2003 y 2015 y ahora máximo representante de la Federación Española de Fútbol, llevan 18 años peleados. Unas trincheras que se han trasladado ahora al Mundial 2030 después de la exclusiva de EL MUNDO sobre la elección de las sedes. Caballero clama contra Louzán, sobre el que deslizó ayer la decisión de dejar fuera a Vigo: «¿Quién dio la orden? Vigo se cayó de la lista 48 horas después de que Louzán recibiera el email».

Pero volvamos al tractor, el comienzo de la guerra. En 2008, unos meses después de la llegada de Caballero al Concello de Vigo, éste denunció la «suspensión» por parte de la Diputación, gobernada por Louzán, de la cesión de un tractor que realizaba labores de limpieza en diversas carreteras de los alrededores de Vigo. «Louzán está haciendo un boicot activo a Vigo», criticó el alcalde.

Eran las primeras disputas entre ambos tras la victoria de Caballero sobre Corina Porro, más tarde vicepresidenta de la Diputación de Pontevedra junto a Louzán, en las elecciones municipales viguesas. El aeropuerto de Peinador y la humanización de las calles de la ciudad fueron sus primeras peleas, descalificaciones mediante. «No me extraña que quien fue un pésimo ministro sea un mal alcalde», calificó Louzán en 2010. «Es el hazmerreír de la sociedad», insistió en 2011.

Mientras, Caballero denunció la poca inversión que, a su juicio, hacía la Diputación en la ciudad, con el deporte siempre en el primer plano de la batalla, como ahora. Antes de discutir por el Mundial 2030, el alcalde vigués ya protestó por la Vuelta a España, un partido de la selección o la reforma de Balaídos, siempre en la trinchera contraria a Louzán. Para Caballero, la salida de La Vuelta de 2013 de Vilagarcía de Arousa o el encuentro de la selección española de fútbol contra Arabia Saudí en el estadio de Pasarón, en Pontevedra, en 2012, era la forma en la que «la Diputación está asesinando a Vigo», llegó a decir.

Balaídos, la Vuelta a España o un partido de la selección de fútbol, sus encontronazos

Louzán, por su parte, defendía las inversiones de su organismo en Vigo: campos de fútbol, subvenciones a clubes, convenios con organizaciones de la ciudad como la Fundación Celta o los acuerdos con aerolíneas como Air Europa para realizar vuelos en Peinador. Pero también lanzaba dardos a Caballero: «Vigo ha perdido 30 millones en inversiones por la falta de entendimiento con Caballero», dijo en 2011.

En 2015, ambos cerraron un acuerdo para la reforma integral de Balaídos, que todavía hoy está sin finalizar. Un año que supuso el final de Louzán en la Diputación tras su derrota ante Carmela Silva, del PSOE, y su paso a la Federación Gallega de Fútbol. «Louzán es antiVigo desde que lo echamos de la Diputación», clamó hace unos meses Caballero tras conocer la decisión de dejar a Vigo fuera del Mundial.

El paso del mandatario a la Federación Gallega de Fútbol le apartó de la trinchera contra Caballero, pero su camino profesional en el fútbol español le ha vuelto a cruzar con el alcalde de Vigo. Caballero no rechaza un enfrentamiento y se ha mantenido siempre contrario política y mediáticamente al Partido Popular gallego, y eso que el actual presidente de la Xunta, Alfonso Rueda, acude con regularidad a Balaídos.

«Louzán fue el que anunció que Vigo no estaría en el Mundial. Hizo todo lo posible para que no fuera seleccionado. ¿Tuvo presiones de Rueda y de Feijoó contra Vigo o su *antiviguismo* fue suficiente? Exigimos transparencia o tendremos que ir a los tribunales», denunció este año el propio Abel Caballero.

Flagg, la «gran esperanza» blanca

BALONCESTO. Domina la NCAA como novato y liderará el 'draft' de la NBA

JAVIER SÁNCHEZ

Su documental, cuando se ruede, empezará con una fecha y un lugar: 6 de julio de 2024, Las Vegas. Cooper Flagg, entonces un estudiante de instituto de 17 años, apareció en la concentración del USA Team previa a los Juegos Olímpicos de París y se puso a jugar con las estrellas que más brillan, LeBron James, Stephen Curry o Kevin Durant. Era sólo un entrenamiento, pero también algo más: «¿Realmente este chico es tan bueno?». En pocos minutos ya había respuesta. Flagg acababa una bandeja por encima de Bam Adebayo, mareaba a Jrue Holiday o anotaba un triple desde la esquina sobre Anthony Davis.

«Será un jugadorazo, un talento generacional. Ya juega como un veterano, sin nervios, y mejorará con la experiencia», sentenció Durant después de la sesión y el chico quedó bendecido. Desde entonces y hasta el próximo 26 de junio, cuando será escogido número uno del *draft* de la NBA, sólo quedaba la duda de si sería capaz de dominar la NCAA, la liga universitaria, una duda que se resuelve estos días. En el March Madness, el torneo a un solo partido que decide el título, su universidad, Duke, ya está en cuartos para enfrentarse este jueves a la Arizona de Conrad Martínez, ex del Joventut. Cualquier otra cosa que no sea una victoria absoluta de Duke con Flagg elevado a MVP sería una sorpresa después de una temporada regular para la historia. Pese a ser un debutante, fue elegido mejor jugador de su conferencia con una media de 18,7 puntos, 7,5 puntos y 4,2 asistencias por partido y mucho dominio. En todo el año, Duke sólo ha perdido tres partidos con Flagg y otros dos jugadores, el tirador Kon Knueppel y el pívot Khaman Maluach, llamados a acompañarle entre los 10 primeros del *draft*. Pero... ¿En qué destaca Flagg? En realidad, en casi todo.



El alero Cooper Flagg. GETTY

Alero de 2,06 metros, fortísimo a su edad, lo mismo lanza triples con más de un 40% de acierto que rebotea o tapona, excelente defensor. En los *profiles*, los estudios previos al draft, suelen compararlo con Kawhi Leonard, aunque ya hay quien lo considera una suerte de LeBron James blanco. Porque sí, Flagg, es blanco, y de ahí su peculiaridad. En los últimos años ha habido varios estadounidense números uno del *draft* con quien se le puede comparar, como Anthony Edwards o Paolo Banchero, pero todos eran negros. Flagg, de hecho, sería el primer *yankee* blanco en ser escogido en primer lugar desde hace casi 50 años, desde Kent Bentson en 1977.

Nacido en Maine, en una comunidad rural que ya organizó una cabalgata en su honor cuando llevó al instituto Nokomis al primer título estatal de su historia, Flagg creció en una familia de jugadores de baloncesto –su hermano gemelo, Ace, también apunta a la NBA– e idolatrando a la leyenda blanca, Larry Bird. De pequeño, siempre viajaba con un DVD portátil para ver partidos de los Celtics de 1986 y aprender de sus movimientos. Pesadilla para la España de Hugo González o Izan Almansa en el Mundial sub-17 de 2022, luego se marchó a la academia Montverde de Florida, pero no perdió la unión con su lugar de nacimiento. Cuando todas las empresas de zapatillas le ofrecieron un contrato millonario, él escogió New Balance porque tiene dos grandes fábricas en Maine.

Centrado ahora en mandar en la NCAA, corren ya los cálculos sobre qué franquicia de la NBA disfrutará de su talento y, lo que más interesante, los análisis sobre dónde encajaría mejor. Hay una opción remota de que se una a Victor Wembanyama en los Spurs, pero lo normal es que acabe en los Hornets, los Utah Jazz o los Wizards, los peores conjuntos de la liga. «No quiero ser racista, pero Utah es un lugar muy blanco. Estoy seguro que lo ven [a Flagg] como su próxima gran esperanza, encajaría muy bien», comentó Draymod Green en su podcast.

Jouhaud (LNB): "El primer paso a la sostenibilidad es aceptar que no existan cuatro ligas europeas"

El director general de la liga francesa analiza junto a 2Playbook el papel de las ligas nacionales y el cambio de mentalidad que ya se empieza a notar gracias a los inversores estadounidenses. Además, hace balance del estado del deporte en Francia.



Fabrice Jouhaud, presidente LNB. Foto: LNB

Álvaro Carretero 26 de marzo de 2025

El baloncesto francés ha logrado salir de uno de sus momentos más delicados. El conflicto entre *L'Equipe* y Skweek llevó a la liga al *blackout* en 2023-2024. Si bien fue sólo un partido, el daño reputacional para la liga y sus clubes empañó el trabajo de los últimos años, en los que han logrado hacerse hueco en Europa y consolidarse como la gran cantera de la NBA (es el país extranjero con más jugadores en la liga norteamericana, por detrás de Canadá). Esta temporada, los equipos superan los 4.000 espectadores por partido, con una tasa de ocupación superior al 95%, lo que ha convertido la ampliación de los pabellones en un asunto central. Se trata de un problema compartido en todas las grandes ligas, no sólo por capacidad, sino por la necesidad de generar ingresos complementarios, como ya ha logrado Paris Basketball.

Fabrice Jouhaud, director general de la LNB, asegura en esta tercera entrevista del serial publicado por 2Playbook que "debemos buscar un modelo que sea financieramente sostenible y, a la vez, entendible para los aficionados. Y el primer paso es aceptar que no podemos tener cuatro ligas europeas". El ejecutivo también hace balance de los retos que afronta el baloncesto francés, donde sus equipos cerraron 2023-2024 con una facturación agregada de 123,37 millones de euros, a los que se añaden otros 10 millones en ingresos de la propia liga.

¿En qué punto se encuentra la liga y el baloncesto francés actualmente?

A pesar de lo que sucedió el año pasado, estamos en una tendencia muy positiva. Estamos al 95% de capacidad en los pabellones en la Betclic Élite (la Primera División). Son los mejores datos [de ocupación] de cualquier deporte en Francia, incluso mejor que el fútbol y el rugby, que son los dos más populares. La mitad de los equipos ya están con aforo completo y los equipos franceses han vuelto a estar entre los mejores en Europa, lo cual es muy importante para nosotros. Lo necesitamos. Es una cuestión de credibilidad y de atractivo, porque, si no tienes ningún equipo rindiendo al máximo nivel en Europa, no vas a llamar la atención de esos aficionados fuera del core del baloncesto. También desde una perspectiva comercial, gracias a su rendimiento en competiciones europeas, hemos tenido mejores acuerdos audiovisuales y los ingresos por patrocinio han aumentado un 63% en las últimas dos temporadas.

Venís de un año complicado, con el *blackout* de Skweek, acusaciones cruzadas... Ahora que hay más perspectiva, ¿qué pasó entonces y cómo veis ahora la situación?

El *blackout* fue sólo un partido, y de inmediato logramos encontrar soluciones para acabar la temporada. Ya no era una cuestión de negocio, sino de responsabilidad con los aficionados y de credibilidad. Dicho esto, fue muy decepcionante porque el acuerdo que teníamos era con *L'Equipe* para emitir un partido en abierto cada jornada. Ese partido en abierto era muy importante porque nos permitía llegar a una mayor audiencia. Pero ellos sublicenciaron los derechos a Skweek. Nos vimos arrastrado por el conflicto entre ambos, porque Skweek dejó de pagar.

¿La LNB no tenía ninguna posibilidad de intervenir en ese conflicto?

Fuimos un daño colateral. *L'Equipe* no podía hacerse cargo directamente porque tendría consecuencias legales para ellos en el juicio contra Skweek y les perjudicaría, lo cual entendimos. Pero fue muy decepcionante porque Skweek llegó al mercado con el discurso de desarrollar el baloncesto... Fue el mismo discurso con el que convencieron a la Euroliga. Al final, los hechos hablan por sí mismos. Desde nuestra perspectiva, no ayudaron en nada. El baloncesto francés lo hemos desarrollado nosotros mismos trabajando mucho y ellos hicieron mucho daño. No creo que ahora mismo sea fácil para nadie mantener ese acuerdo (en referencia a Euroliga, que sí mantiene su contrato con la plataforma en Francia y Mónaco).

Tras esta situación cerráis el acuerdo con Dazn. ¿Qué balance hacéis? ¿Cómo os ayuda a mejorar a la liga como producto?

Que Dazn nos ofreciera un contrato de cinco años en la situación en la que estábamos sólo demuestra el interés que genera el baloncesto y la liga en Francia. Fue una financiación importante y nos ofreció una plataforma donde podíamos mostrarnos por todo el mundo y, a la vez, compartir espacio con los principales productos deportivos de Francia, como la Ligue 1. Hemos dado prioridad a no estar sólo en una plataforma de baloncesto, porque nuestro reto es salir de esa burbuja. Es importante cuidar a los aficionados más fieles, pero tenemos que llegar a otras audiencias que no estén familiarizadas aún con el baloncesto.

Dazn ha lanzado su nuevo vertical de baloncesto y ya tiene los derechos de otras ligas en Italia, Reino Unido... ¿Hay una oportunidad de globalizar las ligas nacionales de baloncesto?

De momento, lo único que sabemos es la llegada de Chus Bueno, pero siempre son buenas noticias. Cuantos más derechos tengan en baloncesto, mejor será. Nosotros, de momento, aún tenemos que hacer balance de esta primera temporada, porque Dazn en Francia ha estado muy condicionada por el fútbol [allí, mantiene un enfrentamiento abierto con la Ligue 1 por el pago de sus derechos]. Lo entendemos, porque nos movemos en realidades económicas muy diferentes, y es lógico que hayan dado prioridad a desarrollar su principal producto.

¿Volveréis a emitir algún partido en abierto de forma regular?

Estamos trabajando con ellos y esa posibilidad está sobre la mesa. Dazn quiere estar en el mercado francés y estamos buscando la mejor forma de hacerlo. Y creo que lo harán, este fin de semana ya lo han hecho en sus canales de YouTube o Twitch con el partido del Mónaco. Es una forma de mantenerlo en su ecosistema, pero de emitirlo en abierto. Vamos a ser muy cuidadosos, no queremos que pase lo mismo que el año pasado. El baloncesto necesita *partners*, no únicamente *broadcasters*. Necesitamos pensar cómo ser más accesibles, pero encontrando los socios adecuados. Ya tomamos este planteamiento con Skweek y fue un fracaso total. Quizá es que somos muy *naive*, pero seguimos pensando que es el enfoque adecuado. No somos fútbol, e incluso ya hemos visto lo que le cuesta a las ligas de fútbol su internacionalización. Tenemos que entender que si están pagando por emitir tus partidos, como mínimo, tienes que escuchar su opinión para mejorar tu producto. Y en ese proceso estamos con Dazn.

El baloncesto francés está mejor que nunca. Estáis en récord de asistencia, los clubes empiezan a generar más ingresos... ¿Qué depende directamente de clubes y liga para ser más sostenibles financieramente?

Todos los deportes, y no solo el baloncesto, tenemos unos organismos reguladores, especialmente en control financiero. Esto es obligatorio por ley en Francia, por lo que existe un duro control económico, que obliga a los equipos a presentar

presupuestos, estados financieros... Y son sancionados si no los cumplen. Aunque no a todos los clubes les guste, es lo que les ayuda a avanzar hacia la sostenibilidad y no perder perspectiva de dónde están, a no hacer cosas muy locas o a evitar riesgos de bancarrota. También para las ligas es importante, porque eso cuestiona nuestra imagen y competitividad. Si tienes clubes que desaparecen por problemas financieros todos los *stakeholders*, socios audiovisuales, patrocinadores, la opinión pública... no te van a percibir como profesional. Si eres un deporte amateur, vas a vivir en ese mundo. Y eso es un absoluto desastre. Pero creo que los clubes lo han entendido.

Este año habéis anunciado nuevos patrocinadores y comentabas un crecimiento del 63%. ¿Cómo habéis logrado este incremento?

Cambiamos la estrategia. El enfoque de ir a potenciales socios explicándoles quiénes somos, esto es lo que vendemos, el valor que creemos que deberías pagar por esto... Todo eso estaba equivocado. Eso lo puedes hacer si eres el Real Madrid, el FC Barcelona, la Fifa, la NBA... Es obvio quién eres y el valor que tienes. Para nosotros, la mejor aproximación comercial es empezar la conversación por lo que necesitan las empresas y adaptarnos a ello. Eso significa que ya no están comprando visibilidad, no están comprando baloncesto. Al final, el baloncesto es sólo un medio más o una herramienta para llegar al mercado, tiene que ser una especie de traje a medida que siente especialmente bien a la marca y se ajuste a sus objetivos.

¿Hay otro discurso por parte de las marcas para asociarse al baloncesto o al deporte?

Que hayamos renovado a nuestros principales patrocinadores y hayamos incorporado dos o tres nuevos a largo plazo es la mejor prueba. Hemos intentado ser súper flexibles y adaptarnos al mercado. No nos hemos obsesionado con la ecuación clásica de dinero y visibilidad, porque no es sólo visibilidad lo que se busca. Es crear su propia historia y nosotros tenemos que ser un facilitador y ayudarles en ese relato, ser parte de ello sin que la liga o el deporte sea el protagonista. El patrocinio no va sobre nosotros, y tenemos que aceptarlo.

La semana pasada fue el último *board* de Fiba. ¿Os han trasladado algún avance sobre la NBA?

No, creo que tenemos menos información que los periodistas, pero no creo que sea malo. Es importante que las reuniones se queden entre Fiba, NBA y Uleb (la asociación de ligas nacionales). Tenemos información a través de Uleb, y es suficiente. Tengo la impresión de que estamos en un momento en el que todo el mundo sabe demasiado e intenta hacer creer a otros que son *insiders*. Lo veo como una comedia, un teatro. Ahora mismo sólo es pura especulación u opinión, hablando de qué pasaría si... Como CEO de la LNB, no quiero alimentarlo. Vamos a esperar hasta tener información confirmada. Lo positivo es que el baloncesto europeo se ha situado en el medio de la conversación.

¿Es el momento de que las ligas nacionales tengan una voz más fuerte en las negociaciones?

Sí, en esto no puedo decir lo contrario. Sí, debemos tener una voz más fuerte. No más fuerte que otros, no se trata de eso, pero sí una mejor de la que hemos tenido hasta ahora. Al final, cada uno habla de lo que interesa a cada parte, pero no de los aficionados. Nosotros tenemos que hablar por el interés de los aficionados, que son los que apoyan a los clubes. La voz de las ligas debe escucharse porque somos el pilar de nuestro sistema. No lo digo porque trabaje para una liga, es un hecho. Los problemas del baloncesto europeo no son sólo de sostenibilidad financiera. Hace 25 años que la Euroliga es incapaz de lograr esto y cada cierto tiempo atraviesa importantes dificultades.

¿Dónde radica el problema?

Que haya tanta diferencia entre el negocio que los clubes de fútbol están generando con lo que logran los equipos de baloncesto demuestra que hay un problema evidente. El fútbol es único en Europa, por supuesto, no podemos compararnos. Pero el problema del baloncesto es su fragmentación. La incapacidad de las instituciones del baloncesto para hablar unos con otros y encontrar soluciones comunes es el problema. Hemos sido y somos responsables de esta situación en la que todos creemos que la culpa es del otro. Son 25 años. 25. Aquí todos estamos a cargo, tenemos que asumir nuestras responsabilidades por esta situación. A partir de aquí, debemos buscar un modelo que sea financieramente sostenible y, a la vez, entendible para los aficionados. Y el primer paso es aceptar que no podemos tener cuatro ligas europeas. Si como dirigente no eres capaz de responder "no" a la pregunta de si el baloncesto debe tener cuatro ligas europeas, no deberías estar al frente.

Ni siquiera el fútbol tiene cuatro ligas europeas... La tercera nació en pandemia como un paso más de la pirámide de Uefa.

Exacto, ni siquiera el fútbol tiene un ecosistema así. Tenemos que sentarnos a afrontar la realidad. Tenemos que sentarnos a discutir lo que venimos haciendo desde hace 25 años sin reproches. ¿Podemos ponernos de acuerdo al menos en algunos aspectos básicos? No lo sé, porque no todos los países tenemos los mismos intereses. Hay clubes para los que sus ligas nacionales no son tan interesantes. Lo sabemos. ¿Es eso motivo suficiente para seguir así? Claro que necesitan estar en Europa, pero es el baloncesto europeo el que está pagando esa factura. Y no hablo de las ligas y los clubes, la están pagando los aficionados más fieles.

¿El baloncesto está perdiendo terreno frente a otras opciones de entretenimiento?

Claro, no se trata solo de baloncesto, o de deporte, sino de entretenimiento. Estamos en una industria con muchos competidores. Una liga nacional no compite con otra liga nacional, eso es una estupidez. Nuestros competidores son Netflix,

Amazon, TikTok o cualquiera que compita por el tiempo libre de la gente. Nunca vamos a arreglar nuestros problemas si solo hablamos de calendarios. Necesitamos un enfoque más global y de negocio. Y cuando hablo de negocio no digo hacerlo a la manera americana, no creo que sea la solución. El producto que tenemos ya es impresionante, muy atractivo, engancha a los fans... Pero tiene que ser más sencillo de comprender para quien no está ya fidelizado.

¿Crees que hay riesgo de que el baloncesto europeo pierda esa identidad a medida que entre el capital estadounidense?

Creo que aquí hay un choque, pero debemos entender su perspectiva. Son inversores que pueden poner mucho dinero en juego y la pregunta que se van a hacer es "por qué voy a arriesgar tanto en un sector en el que si hay un problema lo puedo perder". Por otro lado, a veces tendemos a hacer una caricatura de los inversores en la liga francesa. Sí, tienen un enfoque totalmente orientado a los negocios. Pero también han sabido entender nuestro ecosistema, el ambiente y la intensidad del deporte europeo. No creo que vengan para replicar el modelo de la NBA. Creo que son más humildes y que han entendido mejor cómo adaptarse al sistema. Yo puedo hablar sobre todo por David Khan (presidente de Paris Basketball). Para mí y para todos está siendo una gran oportunidad trabajar con él, porque sus críticas suelen ser acertadas, nos pone a prueba, y muy a menudo suele acertar. No podemos interpretarlo como un puñado de *outsiders* que vienen a decirnos qué hacer, sino como una oportunidad para integrar diferentes enfoques. Es un momento muy interesante.

Uno de los retos que parecen compartidos en el baloncesto europeo es la necesidad de renovar o tener nuevos pabellones. ¿Crees que esa necesidad de financiación y de nuevas instalaciones va a ser la puerta de entrada de la NBA o de los inversores estadounidenses en Europa?

Es el principal reto que tenemos. Lo hemos visto en París. Desde que se mudaron a su pabellón han construido una historia diferente. Los pabellones son clave no sólo por el negocio extra que se puede generar, sino por la experiencia de los aficionados. En Europa tenemos un ambiente increíble en los pabellones, y creo que eso no es siempre así en la NBA. Es lo que debemos preservar. Hay que demostrar a los aficionados más *core* que les respetas, que son parte de la historia, pero también entender qué se puede hacer para atraer nuevos fans y qué les motiva a pagar un abono o una entrada.

La NBA habría elegido ya sus once ciudades europeas



Sergio Llull / Real Madrid

El desembarco de la NBA al viejo continente está más cerca que nunca y once capitales europeas sobresalen como principales puertos

Por **Johnny Askounis** / info@eurohoops.net 20/Mar/25 15:59

Los rumores sobre la posible expansión de la NBA a Europa no paran y las últimas informaciones apuntan a 11 ciudades europeas.

Madrid, Barcelona, Múnich, Berlín, París, Londres, Mánchester, Milán, Roma, Estambul y Atenas han sido consideradas por la liga norteamericana como destinos favorables para la expansión en el Viejo Continente, según el medio serbio Meridian Sports.

En una próxima reunión, la Junta de Gobernadores de la NBA tiene previsto seguir debatiendo el proyecto con la presencia del secretario general de la FIBA, Andreas Zagklis, según ha trascendido. Se espera que una posible expansión en Europa sea uno de los temas principales.

“O llegamos a un acuerdo o la NBA viene sola. Necesitamos centrarnos en una fusión o una asociación”, enfatizó Tony Parker, presidente de LDLC ASVEL Villeurbanne, al proyectar futuros desarrollos adicionales.

Con las conversaciones entre la NBA y la Euroliga de Baloncesto confirmadas como abiertas, según un informe reciente de Eurohoops, las grandes potencias europeas tradicionales, que actualmente compiten en la Turkish Airlines EuroLeague, podrían formar parte de los planes. Sin embargo, la participación exacta, si la hubiera, en la NBA Europa sigue siendo incierta.

El calendario para la expansión de la NBA en el Viejo Continente tampoco está claro. Considerando la logística y las obvias restricciones antes de la temporada 2025-26, es posible que se introduzca una competición renovada o completamente nueva en el baloncesto europeo a partir de la temporada 2026-27.

2Playbook

Silver Lake completa la compra del 100% de Endeavor con una valoración de 23.000 millones

La empresa, actual propietaria de TKO, IMG y el Mutua Madrid Open de tenis, deja de cotizar en bolsa tras la adquisición de la totalidad de las acciones por parte del fondo de inversión.



2Playbook 24 de marzo de 2025

Silver Lake completa la compra del 100% de Endeavor, que deja de cotizar en bolsa tras esta operación. El fondo de inversión ha pagado 27,5 dólares (25,4 euros) por acción a los accionistas de Endeavor, es decir, un 55% más del precio previo al anuncio de la compraventa. La compañía ha alcanzado una valoración de 25.000 millones de dólares (23.107 millones de euros).

Tras esta operación, Endeavor ha confirmado que se reestructurará y establece WME Group como el nuevo paraguas de sus negocios de representación. Esta división incluye la agencia WME, la agencia de marketing 160over90, IMG Licensing y la productora de contenidos Pantheon Media Group.

Endeavor mantiene su participación mayoritaria en TKO Group Holdings, empresa cotizada en la que convergen UFC y WWE. Está por ver cuál es el rumbo que toman el Mutua Madrid Open y el Miami Open, dos torneos de tenis de categoría Masters 1.000, controlados por Endeavor y que están en proceso de venta.

La reestructuración también trae consigo cambios en la cúpula directiva. Mark Shapiro, presidente y director de operaciones de Endeavor, asume la presidencia y dirección de WME Group. Ariel Emanuel, que hasta ahora era director ejecutivo, se convierte en su presidente ejecutivo. Por su parte, Patrick Whitesell, que ha sido presidente ejecutivo de Endeavor, lanzará una nueva plataforma junto a Silver Lake para invertir en propiedades deportivas y de entretenimiento.

"Nuestra capacidad para generar oportunidades de negocio y momentos culturales icónicos se ve amplificada por esta transacción", ha asegurado Shapiro. Desde Silver Lake, Egon Durban ha subrayado que esta inversión refuerza su apuesta a largo plazo por el entretenimiento al afirmar que "nunca hemos vendido una acción de Endeavor, solo hemos aumentado nuestra posición", ha afirmado.

2Playbook

Múltiples torneos, premios, paga extra y vacaciones: ¿cómo funciona el ecosistema del tenis?

La ATP y WTA organizan 70 y 60 torneos al año, respectivamente, que conviven con cuatro grand slams y la Federación Internacional de Tenis, con sus dos competiciones. A ello se suma un centenar de torneos de categoría 125 y `challenger'.



Patricia López 26 de marzo de 2025

La sostenibilidad del tenis profesional está en juego, y la falta de acuerdo entre los grand slams y los circuitos ATP y WTA inquieta a la gobernanza del deporte de la raqueta. Se trata de un sistema fragmentado entre varios organismos y torneos, que en 2022 movía un negocio agregado de 700 millones de dólares (647 millones de euros). Uniéndolo, se aspiraba a **superar los 1.000 millones de dólares** (924 millones de euros) de facturación. Sin embargo, el ecosistema no ha fortalecido lazos y el tablero mantiene grietas más profundas desde la denuncia de la asociación PTPA. Los grand slams quieren crear un tour premium en el que destaquen sus torneos y los mejores eventos Masters 1.000, algo que la ATP y la WTA no ven con buenos ojos.

¿Qué órganos gobiernan el tenis profesional?

El calendario del tenis profesional se divide entre los circuitos profesionales ATP y WTA, en cuyos órganos de decisión también tienen peso los jugadores y jugadoras. Dichos circuitos operan por separado, si bien en los últimos años han dado pasos adelante para crear una única división comercial. También se ha firmado un acuerdo con Netflix para lanzar un documental cada año protagonizado por estrellas de ambos tour. Sin embargo, los derechos audiovisuales se venden por separado y PIF, el fondo soberano saudí, es el único espónsor compartido entre ambos circuitos. A las direcciones de estos circuitos se suman los cuatro grand slam, y la Copa Davis y la Copa Federación, competiciones propiedad de la Federación Internacional de Tenis (ITF).

¿Quiénes son los dueños de los torneos de tenis y cómo se organizan?

Los cuatro Grand Slams, propiedad de las federaciones nacionales de Australia, Francia, y Estados Unidos (con la excepción de Wimbledon, propiedad del All England Lawn Tennis and Croquet Club), no están sujetos a la ATP. Forman parte del calendario y la puntuación recibida por los y las jugadoras durante toda la temporada define los cuadros.

Después, hay nueve Masters 1000, trece ATP 500 y treinta y nueve ATP 250 en el caso del circuito masculino. Los dueños de estos circuitos son promotores de eventos como IMG (Mutua Madrid Open y Miami Open), E|Motion (Mallorca Championship) o empresarios como Larry Ellison, fundador de Oracle y propietario del Masters de Indian Wells. En el caso del Barcelona Open Banc Sabadell, tiene la particularidad de ser un torneo controlado por un club social: el Real Club Tennis Barcelona 1899. En el caso de la WTA, el circuito sigue una estructura similar con torneos de categoría WTA 1000, WTA 500 y WTA 250, además de los Grand Slams.

Además, entre los dos circuito suman un centenar de torneos de categoría 125 y Challenger. La ITF, por su parte, organiza los torneos de nivel inferior como los ITF World Tennis Tour, que sirven como plataforma de desarrollo para jugadores jóvenes y en ascenso.

Tanto el circuito masculino como femenino funciona bajo un sistema de licencias, por el que hay un número limitado de torneos por cada franja geográfica, y cualquier cambio de sede o fechas debe ser aprobado por los *boards* correspondientes.

¿Cuál es el rol de los tenistas en ATP y WTA?

Históricamente, los jugadores han tenido representación en los consejos de la ATP y la WTA, influyendo en decisiones clave sobre el calendario, reglas y distribución de premios. Sin embargo, en 2019, Novak Djokovic y Vasek Pospisil fundaron la Asociación de Jugadores de Tenis Profesionales (PTPA) para tener más peso en la gobernanza del deporte de la raqueta. Recientemente, la PTPA presentó una demanda contra la ATP, WTA, ITF e ITIA, acusándolas de prácticas monopolísticas que perjudican a los jugadores.



Carlos Alcaraz y Novak Djokovic, en la final de Wimbledon de 2024.

¿Cómo funciona el sistema de clasificación para los torneos?

La entrada de los jugadores a los torneos se basa principalmente en su ranking, lo que determina su elegibilidad y si deben pasar por rondas de clasificación. Además, algunos torneos ofrecen **wild cards** a jugadores específicos, permitiéndoles participar independientemente de su ranking. En ciertos casos, los jugadores pueden recibir compensaciones económicas adicionales, los *appearance fees* o ***fees* de participación**, especialmente en eventos donde su presencia aumenta el atractivo del torneo.

Es algo que ocurre con los torneos de categoría inferior a ATP 1.000, según explicó Andy Roddick en su pódcast. "Los jugadores que se comprometen con anticipación permiten a los organizadores utilizar su nombre para atraer patrocinadores; he llegado a cobrar más por el *apperance fee* que por ganar el torneo", comentó. En otras palabras: hay torneos que ofrecen hasta medio millón de dólares para atraer a una estrella mundial.

¿Cuánto difiere lo que cobran los jugadores vs lo que generan los torneos?

Una de las reivindicaciones de los y las jugadoras es que perciben una pequeña parte del negocio que generan los principales torneos. Sin embargo, nadie quiere perderse disputar un grand slam. El *prize money* lo elige cada campeonato. Por ejemplo, el **US Open** destina a premios aproximadamente el **12% de sus ingresos totales**, mientras que en el Open de Australia se destina entre un 15% y un 20%.

En el Barcelona Open Banc Sabadell, este porcentaje supera el 22%, mientras que en el Mutua Madrid Open se eleva más del 36%, según las cuentas de la gestora del torneo a las que ha accedido Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de *2Playbook*

En cambio, el club de LaLiga con menor ratio de masa salarial sobre el total de los ingresos es el Real Madrid, pues destina la mitad de su facturación total al pago de nóminas. Otros clubes superan el 70%, como el Athletic Club, según los datos de la temporada 2023-2024 de Intelligence 2P. En la NFL y la NBA, en cambio, el reparto es del 50% entre los jugadores y las franquicias.

OneVision: ¿Se fusionarán algún día los dos circuitos profesionales?

La ATP impulsó el proyecto **OneVision** en 2022. En un contexto en que se impulsaban competiciones paralelas en el mundo del golf y el pádel bajo el liderazgo de fondos soberanos de Arabia Saudí y Qatar, la ATP presentó un proyecto para unificar el ecosistema del tenis y crear economías de escala que eleven el negocio del deporte de la raqueta.

El circuito consideraba contraproducente que el sector estuviese dividido entre numerosas entidades: ATP, WTA, ITF... Pero el primer paso era convencer a los jugadores, y ello pasaba por proponer un **reparto igualitario de las ganancias de los torneos**. Así surgió el modelo 50-50.

¿En qué consiste el modelo 50-50?

La fórmula fue introducida como uno de los pilares centrales del plan estratégico OneVision. En pocas palabras, establece que cualquier beneficio neto (antes del impuesto) que supere el *prize money* de los ATP Masters 1000 pasa a repartirse al 50% con los jugadores. Esto significa que, por primera vez, los jugadores y los propietarios de los torneos se reparten el superávit de los eventos. Es decir, que si un torneo reparte un millón y gana dos millones, unos 500.000 euros deberán compartirse con los jugadores.

El proceso consta de tres pasos. El primero es repartir el *prize money* pactado entre los participantes. El segundo es auditar las cuentas del torneo, incluyendo los costes. El tercero es hacer un sumatorio del beneficio de los nueve Masters 1.000, incluido el de Madrid. El 50% de este importe se denomina *bonus pool*, es decir, es el bono que se reparte entre los jugadores.

¿Qué es el *bonus pool*?

En 2022 el *bonus pool* fue de 12,2 millones de dólares (11,2 millones de euros), una cifra que en 2024 se elevó hasta 20,5 millones de dólares (18,9 millones de euros). ¿El motivo? Los torneos ATP 500 también contribuyeron a esta paga extra, premiando a los seis mejores jugadores de estas competiciones durante el global del año. De cara a **2025** se prevé que sea de **24 millones de dólares** (22 millones de euros), según el Rulebook al que ha accedido *2Playbook*.

Además, el circuito masculino asegura que también se han elevado los ingresos mínimos para el Top-250 del ranking. En concreto, argumenta que entre *prize money* y bonus pool los jugadores han aumentado sus ingresos en 70 millones de dólares (64,7 millones de euros) en los últimos cinco años.



¿Por qué los grand slams han rechazado el plan de la ATP y la WTA?

Hace unos días, la ATP y la WTA enviaron una carta a los cuatro grandes para proponer una serie de modificaciones que garantizaran "la sostenibilidad del ecosistema del tenis". Así lo afirmaba la carta que enviaron a los torneos el presidente de la ATP, Andrea Gaudenzi, y su homólogo en la WTA, Steve Simon.

En ella pedían a los grand slams que se incorporen al *bonus pool*, de manera que los jugadores puedan aumentar sus ingresos. Todo ello, poco después de que algunos tenistas hayan denunciado formalmente a ATP, WTA, ITF de prácticas abusivas y antimonopolio.

Sin embargo, el Abierto de Australia, Roland Garros, Wimbledon y el US Open han rechazado la propuesta, notificando a los circuitos profesionales que el plan que han trazado "no resuelve los desafíos de calado que enfrenta el tenis profesional", según *The Athletic*.

¿En qué consiste la Superliga que proponen los grands slams?

Hace unos años solicitaron la puesta en marcha de un *tour premium*, es decir, un circuito con menos torneos, lo que contribuiría a poner más en valor los acuerdos audiovisuales y de patrocinio de cada evento. En concreto, proponían un calendario compuesto por alrededor de **30 eventos**, una cifra muy inferior a la propuesta recientemente por Gaudenzi y Simon.

Los circuitos proponían reducir el calendario de los eventos de categoría 250 a una cifra que no ha trascendido. Para los ATP 500 se planteaba la organización de 16 campeonatos, por los 17 WTA 500. Además, se organizarían 10 torneos de categorías 1.000, contando un nuevo evento en Arabia Saudí que se disputaría en marzo. Una propuesta que, a ojos de los grand slams, choca con su petición de crear un calendario más sencillo para jugadores (con ocho semanas de descanso para los tenistas) y para los aficionados.

En 2025, los jugadores compiten durante 48 semanas al año, con un calendario compuesto por 60 eventos en 29 países diferentes. Por su parte, una tenista WTA que afronta un calendario compuesto por 50 eventos en 26 países y disputados durante 45 semanas.

VARIETY

Mar 25, 2025 3:58am PT

Navigating the Post-Peak TV Era: Ampere Insights From Series Mania

By **Jamie Lang**



A Life's Worth © YELLOWBIRD Johan Hannu

From the Series Mania conference in Lille, France, Ampere Analysis' Guy Bisson and Cyrine Amor took to the stage Tuesday, armed with data, insights and a keen understanding of the seismic shifts in television production and commissioning.

The duo painted a picture of an industry in transition as it adjusts to the end of Peak TV, the realities of cost-cutting and the evolving preferences of global audiences.

75% Peak TV: A Market in Correction

"We are at 75% Peak TV," Bisson declared, setting the tone for his presentation. "After this roller-coaster ride, certain types of content are falling out of favor." He pointed to a 25% decline in first-run scripted series orders from their peak, emphasizing that this downturn was not necessarily a crisis but rather an adjustment.

High-budget sci-fi and fantasy productions are among the most significant casualties of this shift. “Some of the more expensive sci-fi fantasy series are getting canceled more frequently and made somewhat less,” he noted. Similarly, first-run children’s programming has suffered, with many platforms shifting to a licensing model rather than investing in original content. “The broad trend is a move towards more cost-effective content investment than perhaps would characterize the market three or four years ago,” Bisson explained.

Despite this contraction, he reassured the audience that stability had begun to emerge. “The market trending to zero change is a good thing,” he said, emphasizing that the industry was finding a new equilibrium after years of expansion and uncertainty.

Crime and Comedy: The Pillars of European Commissioning

While some genres are in decline, others are flourishing. Crime remains the dominant genre in Europe, with a notable resurgence in comedy. “Comedy is back,” Bisson affirmed, “but crime remains the most important genre for Europe.” He attributed this to audience demand and the increasing “broadcastification of streaming.”

“What we’re seeing is streamers becoming more like broadcasters,” Bisson observed. This shift means prioritizing tried-and-true formats over experimental content. “Crime is absolutely central when you’re talking about scripted,” he added, noting that “crime and thriller now make up 31% of European scripted commissions.”

Comedy, meanwhile, has found renewed favor, though often in hybrid forms. “What in the past might have been dramas are now dramedies,” he pointed out. “People want a break, and comedy-laced dramas provide that.”

Public Broadcasters Hold the Line

One of the key stabilizing forces in European television has been public broadcasters and producer-distributors, which account for 55% of all commissioning activity in the region. “They are fairly level,” Bisson said, “a stable baseline that has provided continuity amid market fluctuations.”

However, streamers and commercial free-to-air broadcasters are making a cautious return. “They are recovering out of a big dip in 2023,” he noted.

The Rise of International Markets

Perhaps the most striking development has been the geographic shift in production. “We used to talk about Netflix reaching an inflection point where the majority of their first-run commissioning for scripted was outside the U.S,” Bisson remarked. “Now, that applies across the global six streamers: Netflix, Amazon, Apple, Disney, Max and Paramount.”

These platforms are increasingly turning to regional specializations. “Asia seems to be favoring sci-fi production,” Bisson said, “while the U.S. leans towards general drama, including comedic drama.” Meanwhile, Europe remains the hub for crime programming. “It’s not that these regions don’t produce other genres,” he clarified, “but they are skewing in these directions.”

This shift has major implications for investment. “They haven’t quite reached the tipping point yet,” Bisson noted, “but they’re close to 50/50 in terms of spend between the U.S. and international markets.”

The Future of IP and Production Partnerships

With budget constraints tightening, European broadcasters are increasingly leaning on pre-existing intellectual property. “Public service broadcasters in Europe are saying, ‘Let’s take risk out by adapting already successful intellectual property,’” Bisson explained. “It’s a way to cut through the crowd and guarantee an audience.”

Conversely, the U.S. is moving in the opposite direction, showing a preference for original IP. “Europe increasing its adaptation of existing IP while the U.S. reduces it is an interesting contrast,” he said.

Production partnerships are also consolidating. “We’re seeing streamers push commissions either to their own sister companies or a small selection of larger production groups,” Bisson observed. “Safe hands are what people are after.” This trend favors industry giants while squeezing out smaller, independent production houses that thrived during Peak TV. “Unfortunately, many of them will likely struggle to survive in this new environment.”

Emerging Themes: Faith, War and Mental Health

Beyond genre and geography, Bisson highlighted new thematic trends in content commissioning. “If we drill into what the newly commissioned first-run shows are about, we see some clear patterns,” he said. “War and conflict are up 22%, faith-based storylines have grown by 500%, social media and influencer stories are up 30% and mental health themes are up 13%.”

Such trends are born out in Series Mania where both “Kabul” and “A Life’s Worth,” in its Competition and Panorama, turn on war and conflict, and “Empathy,” another competition entry, revolves around mental health, or lack of.

He suggested that these trends reflect broader societal anxieties. “The military focus is clearly linked to geopolitics,” he noted, “while faith-based content may be an antidote for audiences seeking solace.”

Meanwhile, diversity in representation is in flux. “LGBTQ+ themed titles have lost share outside APAC,” Bisson pointed out, “while gender representation is reaching parity. We’re getting closer to balance between male-led and female-led dramas.”

The Road Ahead

As Bisson concluded his presentation, he offered a final reflection on the state of the industry. “We are at a moment of recalibration,” he said. “Peak TV is behind us, but the market isn’t collapsing. It’s evolving.”

With crime and comedy leading the way, international markets on the rise and risk-averse strategies guiding commissioning decisions, the television industry is poised for a new chapter. Whether that chapter brings greater stability or further disruption remains to be seen, but one thing is certain: in the world of television, change is the only constant.

Ampere: la producción de ficción está un 25% por debajo del máximo del Peak TV

SERIES MANIA: El mercado global de la ficción ha caído un 25% respecto a los niveles registrados durante la era de la llamada Peak TV, según un estudio presentado por la consultora británica Ampere Analysis, que describe un panorama "difícil y desafiante" para la industria.



Guy Bisson

Durante la conferencia "A Year in Series" que abrió el festival Series Mania en Lille, ejecutivos de Ampere ofrecieron un análisis detallado sobre los últimos datos de encargos de series tanto para TV lineal como para plataformas de streaming.

En promedio, se encargaron 587 series de ficción originales por trimestre en 2024, frente a las 777 de los años de pico de producción.

Sin embargo, la cifra se ha mantenido estable respecto al año pasado, algo que Ampere interpretó como una señal positiva: "Después de una montaña rusa, que el mercado tienda a cero cambios es algo bueno".

Guy Bisson, director ejecutivo de Ampere, lo resumió así: "El negocio está difícil. Todos sabemos que ya no estamos donde solíamos estar; el Peak TV se acabó. El volumen promedio frente al pico de 2022 ha bajado un 25%, así que yo lo llamo el 75% del Peak TV. Ahí es donde estamos y donde probablemente nos quedemos. El problema es que la industria se dimensionó para el 100%, así que ahora hay que redimensionarla".

"Pero la buena noticia es que los volúmenes se han estabilizado. La estabilidad es predecible y eso es bueno para el negocio. Así que, aunque la industria esté a la baja, lleva ya dos años funcionando a ese 75% del pico de producción".

En cuanto a géneros, Ampere detalló que los más populares siguen siendo el crimen y el thriller, que representaron el 31% de los encargos de ficción en Europa durante el segundo semestre de 2024.

El drama quedó en segundo lugar con el 23%, y la comedia resurgió hasta alcanzar el 20%.

"Alrededor de un tercio de los encargos de ficción en Europa son de crimen", señaló Bisson. "Para las plataformas globales, casi la mitad de sus originales europeos son de crimen. El crimen funciona bien para el streaming, ahora que estas plataformas se parecen más a los canales tradicionales, con anuncios y la necesidad de que el público vuelva una y otra vez. Nos hemos vuelto a enamorar del procedimental".

Ampere también detalló que durante el segundo semestre de 2024 las televisiones públicas lideraron los encargos de ficción con una cuota del 52%, mientras que los streamers representaron apenas el 17%.

A escala global, las plataformas están apostando cada vez más por renovar series exitosas en lugar de aprobar títulos nuevos con mayor riesgo.

Las renovaciones representaban el 16% de los encargos en el segundo semestre de 2020, y subieron a cerca del 30% en el mismo periodo de 2024.

En contraste, los encargos de nuevas producciones bajaron del 75% al 60%.

En cuanto a los géneros que encargan los streamers en Europa, los recortes presupuestarios han afectado especialmente a la ciencia ficción y el contenido infantil. En cambio, el romance ha ganado terreno entre 2023 y 2024.

En Europa occidental, el contenido basado en IP existente pasó de representar el 21% de los encargos en 2021 al 30% en 2024. En Estados Unidos, en cambio, se observa una mayor inclinación a experimentar: los encargos basados en IP cayeron del 45% al 33% el año pasado.

Para Europa, la mejor noticia en tanto es que los seis grandes streamers globales (Netflix, Prime Video, Apple, Disney+, Paramount+ y Max) siguen apostando por producciones internacionales. Solo el 39% de los encargos de ficción original en el segundo semestre de 2024 fueron hechos en Estados Unidos, frente al 56% en el mismo periodo de 2020. Europa generó el 35% de estos nuevos títulos.

"La internacionalización de la producción es una tendencia constante", dijo Bisson. "Si estás fuera de Estados Unidos, como nosotros, eso es importante. Netflix apostó por producciones mayoritariamente no estadounidenses hace ya cuatro años, pero ahora la gran mayoría de la ficción original de los seis grandes streamers se hace fuera de Estados Unidos. En un mercado difícil y desafiante, eso es una buena noticia para Europa".

Neil Batey 25-03-2025 ©cveintiuno

Ejecutivos internacionales en Series Mania observan un resurgir de la ficción premium

SERIES MANIA: La crisis del sector de la ficción premium parece estar quedando atrás según diversos ejecutivos consultados este martes en Series Mania, que coinciden en observar un resurgir del género por medio de nuevos modelos financieros para sacar adelante proyectos ambiciosos.

"Venimos de tiempos difíciles, pero también es una oportunidad para crear un nuevo modelo que pueda blindar el futuro de la ficción premium, apostando por coproducciones internacionales que combinen visión y viabilidad, y permitan producir ficción premium con presupuestos más inteligentes", dijo por ejemplo el creador, guionista y productor nórdico Torfinnur Jákupsson ('Trom').



Johannes Jensen

Jákupsson viene de presentar la semana pasada su nueva productora enfocada en series premium, Red Herring Story, que está presentando en Series Mania el thriller criminal 'Reyna' junto a sus socios de Three River Fiction.

Red Herring, con base en Londres, trabaja ya en una lista de proyectos premium, entre ellos un thriller corporativo ambientado en el barrio londinense de negocios Canary Wharf que aborda el greenwashing, las finanzas globales y la influencia política.

La nueva compañía busca aplicar la experiencia nórdica en coproducciones para desarrollar series insignia a presupuestos más realistas.

"Unir la eficiencia de costes del contenido nórdico con la carga emocional de la ficción británica da como resultado un producto muy atractivo: historias ambiciosas y atmosféricas sin gastar 10 millones de libras por episodio", explicó.

“En Red Herring estamos apostando por un modelo de doble financiación nórdico-británico, que combina incentivos fiscales del Reino Unido con financiación pública de países nórdicos para generar contenido con potencial global. Queremos trasladar el espíritu del cine independiente a la ficción televisiva de alto nivel. La industria está cambiando, así que hay que pensar en estrategias más inteligentes y en cómo producir con mayor eficiencia”.

Apoyando los dichos de Jákupsson, esta mañana en Series Mania la consultora Ampere Analysis presentó nuevos datos que indican que el mercado global de series scripted está finalmente en proceso de recuperación, con encargos que ya alcanzan el 75% de los niveles registrados durante la llamada era del Peak TV.

El número de encargos ha subido desde el punto más bajo a finales de 2022 e inicios de 2023, con especial demanda de series criminales y thrillers.

Johannes Jensen, responsable de negocio de ficción en Banijay Entertainment, señaló: “El mercado se está estabilizando, las plataformas globales han incrementado sus inversiones en series premium y 2025 será el mejor año de Banijay en el ámbito de la ficción”.

Jensen fue nombrado en enero codirector del nuevo departamento internacional de ficción de Banijay junto a Steve Matthews, director creativo del área.

“Banijay fue el principal productor de contenido de ficción en Europa el año pasado”, dijo Jensen a C21. “No soy pesimista sobre el futuro: el mercado está funcionando y hay motivos para tener esperanza”.

“En el caso del drama premium, sabemos que lleva tiempo financiar los proyectos hasta que se aprueben. Hay que aprovechar los mejores incentivos fiscales, los territorios más eficaces para rodar, vincular el talento o la propiedad intelectual adecuados, encontrar las historias indicadas y trabajar con los mejores line producers”, agregó.

“Muchas de las marcas de producción que tenemos se sienten muy independientes. Están dirigidas por CEOs emprendedores que conocen muy bien sus mercados y se benefician de formar parte de un gran grupo”, siguió.

“En los países nórdicos, de donde vengo, la coproducción forma parte de nuestro ADN. Puede que Estados Unidos no sea hoy el mejor mercado para coproducir, pero hay oportunidades en muchos otros países como Francia, España, Alemania, Italia y Reino Unido. También los canales están buscando nuevos modelos. Cuando ves a TF1 coproduciendo con Netflix una telenovela diaria como ‘Tout pour la lumière’, ese es el tipo de modelos que nos beneficiará a todos”, completó.

Neil Batey

25-03-2025

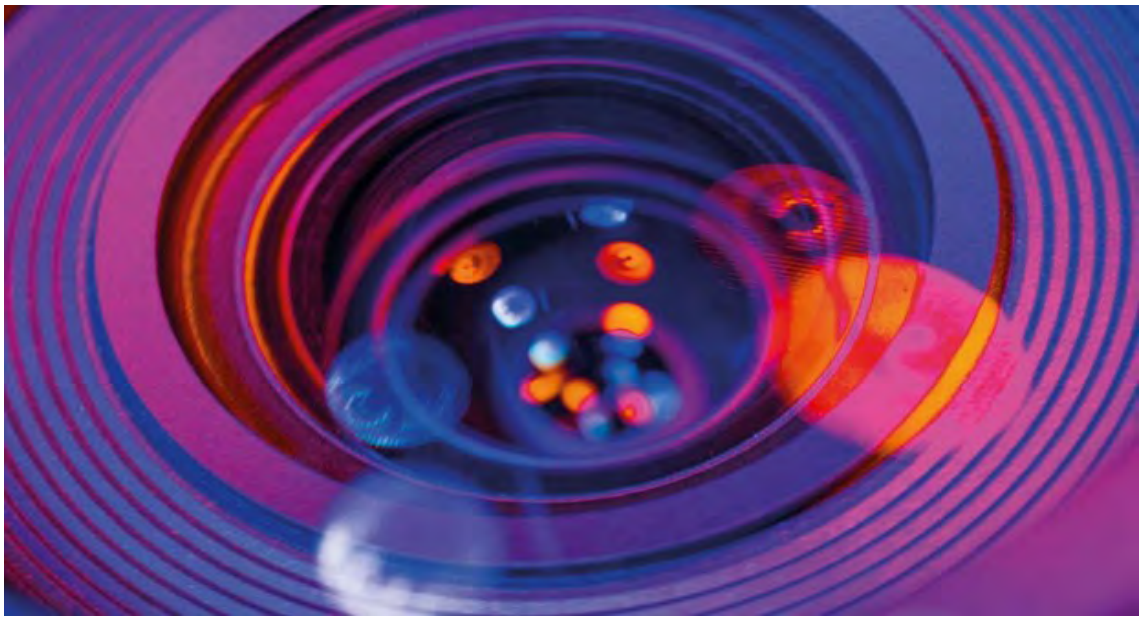


SÉRIES MANIA 2025 Séries Mania Forum

El Observatorio Audiovisual Europeo explora las tendencias clave del panorama audiovisual europeo

por **Fabien Lemercier**

25/03/2025 - La organización desvela tendencias que tensan la situación, como el descenso de la producción de contenido europeo y la ralentización del crecimiento en inversión



The European Audiovisual Observatory's annual report, entitled Key Trends 2025 and pertaining to the pan-European panorama of TV, film, video and on-demand audiovisual services (downloadable here), provided some highly informative insights on the occasion of a debate organised within the Series Mania Festival's professional sidebar, the Series Mania Forum.

It transpires that the global context in which the audiovisual world is currently operating is particularly fierce, with an intense battle underway for advertising resources, an SVOD market which has reached maturity (whose new models are funded by

advertising) but which is almost the only market not stagnating, struggling traditional TV broadcasters (despite slowly fleshing out their on-demand services), a segment of pay channels which are managing to keep themselves afloat (often by distributing SVOD services at reduced prices) but which are at risk of a similar downturn to that experienced in the USA (20 million fewer subscribers since 2014), and additional competition posed by video sharing platforms (which accounted for 24% of the advertising market in 2023 and which are taking off in terms of production budgets).

But what about series in this complex panorama? Do they really represent a lifeline? After a brief, post-pandemic return to growth, there was a decline in the production and broadcast of original TV dramas in Europe, with a 6% drop in the number of fiction titles produced in 2023, a similar reduction in terms of episode numbers, and stagnation in the number of hours. On average, more than 1,200 titles, 23,000 episodes and 14,000 hours of TV dramas are produced in Europe every year. But in order, no doubt, to combat production costs and inflation, series now have fewer episodes, shorter episodes and many of them are mini-series only intended to last one season. More globally however, daily soap operas and telenovelas are still dominant, with Germany, Poland and Greece leading production in this field. Overall, more than half of the fiction titles produced in Europe in 2023 were ordered by public broadcasters (55%), followed by private broadcasters (31%) and then streamers (14%).

Growth in investment in original European content has decelerated, recording just 8% growth in 2023, as opposed to double-digit growth in 2021 and 2022. Drilling down a little further, traditional broadcasters' expenditure remained stable in 2023, whereas spending by streamers (who account for 26% of total spending) rose by 34% (contrasting, however, with the previous year which saw them doubling their investments). This remains a strong, rising trend, which might seem surprising since word would have it that streamers are trying to better control their spending on programming. But it does make sense, because some streamers only started investing in original European content recently (Disney+, Apple TV+, Paramount+, Max) and because they all have investment obligations thanks to the AVMS Directive (whose protection is therefore essential). There's also the fact that Europe offers growth potential for streamers, because some European works enjoy global success and European productions are less costly to make. In all, Europe now accounts for 20% of streamers' overall content spending, as opposed to 13% in 2021.

In 2023, the UK (29%) and Germany (20%) secured almost 50% of investments by broadcasters and streamers in original European content, ahead of France (14%), Spain (9%) and Italy (7%). But a different picture emerges if we focus solely on spending by streamers, which mostly went to the UK (35 %) and Spain (18 %), far ahead of France, Germany and Italy (11 % for each of them).

Equally deserving of a mention, among the pages of attention-worthy data included in the report, is the fact that 31,000 creators wrote and/or directed at least one cinema film or one TV/SVOD drama between 2015 and 2022, but that only 11 % of them are simultaneously active in both domains. This specialisation confirms the migration of creators towards series, but with one sizeable drawback: this production boom has gone hand in hand with heightened precariousness and competition, because the rise in the number of talented creative individuals in the series world is more significant than the demand, whereas the situation is more stable in the cinema sphere.

The Hollywood Reporter

NEWS FILM TV MUSIC AWARDS LIFESTYLE BUSINESS INTERNATIONAL VIDEO

TV NEWS

Sony Scores Global Deals for Amanda Seyfried Series 'Long Bright River'

The star plays a beat cop in the adaptation of Liz Moore's bestseller, which premiered on Peacock.

By Scott Roxborough March 25, 2025 3:45am



'Long Bright River' (Photo by: David Holloway/PEACOCK)

Sony Pictures Television has secured a series of high-profile international sales for its limited series *Long Bright River*, with Channel 4 acquiring the U.K. rights. The suspense thriller, starring Amanda Seyfried, continues its global expansion following its U.S. debut on Peacock earlier this month.

Warner Bros. Discovery's streaming service Max picked up the show for multiple territories, including Latin America, France, Central & Eastern Europe, and Poland, with Warner Bros. Discovery ANZ taking New Zealand.

Additional buyers include Quebecor Content for French-speaking Canada, BS10 STAR CHANNEL in Japan, RTE in Ireland, **Movistar Plus+ in Spain**, AXN in Portugal, TimVision in Italy, VRT in Flemish-speaking Belgium, BETV in Belgium, Nova in Greece, and beIN covering Turkey, the Middle East, and North Africa.

The series premiered in the U.S. on March 13 and has already launched in Canada (Crave, USA Network), Australia (Stan), South Korea (LG Uplus), Hong Kong (Now TV), and Israel (DBS).

SPT will present *Long Bright River* at Series Mania, where it is competing in the festival's international competition, on Tuesday.

Based on Liz Moore's bestselling novel, the series follows a Philadelphia police officer (Seyfried) investigating a string of murders in a neighborhood hit hard by the opioid crisis. It is produced by SPT and UCP, with Nikki Toscano as showrunner and executive producer alongside Moore, Neal H. Moritz, Pavun Shetty, Amanda Lewis, and Amy Pascal. Hagar Ben-Asher directs and executive produces the first episode.

VARIETY

Mar 25, 2025 3:00am PT

Amanda Seyfried Starrer 'Long Bright River' Sells Out Nearly All Major Markets Worldwide: 'It's Got Huge Star Power and Propulsive Storytelling' (EXCLUSIVE)

By **Marta Balaga**



LONG BRIGHT RIVER -- "Blind Spot" Episode 104 --Pictured: Amanda Seyfried as Mickey --

Marking out one of the hottest properties at this year's Series Mania, the world can't get enough of "Long Bright River" starring Amanda Seyfried, with Sony Pictures Television (SPT) securing multiple new markets with muscular regional or local distributors such as Max and Warner Bros. Discovery.

The twisty crime drama has been claimed by Channel 4 (U.K.), Quebecor Content (French-speaking Canada), Max (Latin America, France, Central & Eastern Europe, Poland), Warner Bros. Discovery ANZ (New Zealand), Bs10 Star Channel (Japan), RTE (Ireland), Movistar Plus+ (Spain), AXN (Portugal), Tim Vision (Italy), VRT (Flemish speaking Belgium), BETV (Belgium), Nova (Greece) and beIN (across Turkey, the Middle East and North Africa).

Following its global premiere in the U.S. on Peacock March 13, the series was already aired in Canada (Crave and USA Network), Australia (Stan), South Korea (LG Uplus), Hong Kong (Now TV), and Israel (DBS).

Seyfried, an established actor nominated for an Academy Award for “Mank” and awarded an Emmy for “The Dropout,” now takes on the role of police officer Mickey Fitzpatrick, dealing with a wave of highly suspicious murders – as well as single motherhood and disappearance of her own sister.

“The thing that attracts me the most, or that really takes hold of me when I’m watching something, is when I feel this person is real. There’s so much happening you can’t help but be on Mickey’s side, despite the way she handles things and the mistakes she makes,” Seyfried told Variety ahead of the show’s premiere at French festival Series Mania.

Apart from the yet-unsolved crimes, and the opioid crisis which transformed her beloved Philadelphia neighborhood, Mickey also has to face her own past and her sister’s heartbreaking addiction, which ultimately drove them apart.

“Show me someone who hasn’t a relationship to addiction. For me, it brought up a lot of stuff. It tears people apart,” said Seyfried. “We need more support and, especially in America, we need to understand it more. We need to learn what people suffering from substance use disorder really need – not what we think they need. It’s a disease. It’s god-awful. But you can also recover.”

Eight-episode show was written by Nikki Toscano (“The Offer,” “Hunters”) and Liz Moore, who also exec produce, with Toscano serving as showrunner.

Based on Moore’s New York Times bestselling novel, “Long Bright River” is “the limited series that buyers are looking for right now,” noted Mike Wald, co-president, distribution & networks, Sony Pictures Television.

“It’s got huge star power and propulsive storytelling that culminates in a satisfying conclusion. It has been extremely well-received since we debuted at the Los Angeles Screenings this past May and has already been sold, or is close to being sold, in nearly every territory,” he added.

According to Variety’s TV critic Aramide Tinubu, the series “offers audiences a much more distinctive tale than the typical murder mystery,” morphing into “a layered narrative about two sisters, an inescapable family history and a community doomed by poverty, addiction and negligence.”

She added: “A beautifully structured series, ‘Long Bright River’ is about sisterhood, connection and the truths often buried under deep-seated guilt and shame.”

In the show, Seyfried is joined by Nicholas Pinnock, Ashleigh Cummings, Callum Vinson and John Doman.

“Long Bright River” comes from SPT and UCP, a division of Universal Studio Group. Neal H. Moritz, Pavun Shetty and Amanda Lewis executive produce for Original Film. Amy Pascal executive produces for Pascal Pictures. Russell Rothberg also serves as executive producer.

SPT holds international distribution rights.

LA VANGUARDIA

AMANDA SEYFRIED

Seyfried, una policía en una serie “necesaria” que demuestra que “nadie debe ser ignorado”

París, 25 mar (EFE).- Conocida por sus papeles en 'Mamma Mia' o 'Los miserables', Amanda Seyfried da un giro en su carrera con su trabajo en 'El largo río de las almas', una serie presentada este martes en el Festival Series Mania de Lille (Francia) en la que interpreta a una policía que trata de ayudar a su hermana, drogadicta.

“Necesitamos ser lo más conscientes posible de las dificultades de todos y comprender cómo estamos de estrechamente relacionados los unos con los otros”, señaló la actriz en una rueda de prensa para presentar esta serie que adapta la novela 'Long Bright River', de Liz Moore, sobre una serie de asesinatos de mujeres sin hogar que se producen en un degradado barrio de Filadelfia.

“Hay muchas cosas en este libro y en esta serie que no había visto antes. Me hizo sentir que estábamos creando algo realmente necesario, trabajando muy duro por muchas razones increíbles y con tanto corazón”, explicó Seyfried, que también es productora ejecutiva de la serie, que consta de 8 capítulos y que se puede ver en Movistar +.

Una historia rodada en el mismo barrio donde la novelista situó la acción y eso fue precisamente el mayor desafío para la actriz.

“Esta serie trata sobre personas reales, situaciones reales y dificultades reales. Y se desarrolla en un barrio. Creo que eso debe entenderse como se merece. Fue difícil estar en el set todos los días y seguir con este personaje y nunca podíamos olvidar que había personas reales cuyas vidas estaban en peligro”, precisó.

Una vida difícil que es la que se refleja en la serie, en la que muchas personas luchan contra la adicción y la marginación.

“Fue maravilloso (...) el hecho de poder interpretar a un ser humano tan complejo y con tantas dificultades, con un propósito y una razón tan increíble para seguir adelante en la historia”, resaltó Seyfried.

Para la actriz ha sido mucho más que un trabajo más, ha sido algo emocional, un recorrido por un mundo al que se ven abocadas muchas personas por diferentes razones pero que podrían salir de allí con un poco de ayuda.

Es una cuestión de clases sociales y de miedo, es muy fácil, como les ocurre a los policías en la serie, querer descartar que la muerte de las mujeres son asesinatos, porque es más fácil. “Y eso es algo que sigue sucediendo en todas partes”.

“Y simplemente nadie debería ser ignorado. Ningún sufrimiento debería ser ignorado jamás”, señaló la actriz, que considera que hay que “encontrar compasión, comprensión y no temer a otras personas o comunidades como esa que están tan marginadas”. EFE

VARIETY

Mar 25, 2025 1:29am PT

Banijay France Combines Shine Fiction and Banijay Studios France to Create Scripted Powerhouse

By **Leo Barraclough**



Gaia Weiss (Madame Du Barry), James Purefoy (Le Roi, The King)

Banijay France has combined Banijay Studios France and Shine Fiction to create a scripted powerhouse, which will be known as Shine Fiction. The company, which will be led by chairman Dominique Farrugia and chief operating officer Guillaume Thouret, will concentrate on premium series for French broadcasters and global streamers.

Shine Fiction now houses some of France's standout dramas, including "Marie Antoinette," which has sold to over 140 markets via Banijay Rights, and has just debuted its second series on Canal+. Other titles include Apple TV+ series "Carême," which has its world premiere at Series Mania.

Upcoming shows include comedy-crime series “The Family Detective” (TF1), thriller “Rien ne t’efface” (TF1), and mysterious coming-of-age drama “Désenchantées” (France TV).

Shine Fiction’s team of producers including Chanelle Bernard, Stéphanie Chartreux, Carole Della Valle and Soizic Gaolbird.

Alexia Laroche-Joubert, CEO of Banijay France, said: “By proactively bringing together these two renowned labels under the Shine Fiction banner, we will unlock an entirely new level of creative and production expertise for our scripted business in France. Strengthening and expanding our scripted standing is a major priority for us, and with Dominique and Guillaume at the helm, we are poised to ambitiously deliver high-quality storytelling to audiences both in France and around the world.”

Farruguia said: “When launching Shine Fiction four years ago, my goal was to create and produce ambitious series, which reached audiences far and wide, and today, the results speak for themselves. In this new phase for the brand, we bring two of France’s biggest titles to the market, ‘Carême’ and ‘Marie Antoinette,’ and I’m very much looking forward to continuing this exciting adventure with Guillaume by my side, amplifying the creative power and reach of our label.”

Banijay France’s upcoming titles include Alain Goldman’s “Asterix & Obelix: The Big Fight” from Montmartre Film for Netflix and Montmartre, a co-production between Authentic Productions and TF1.

Banijay Entertainment’s titles include “House of Guinness” (Kudos/Netflix), “The World According to Lidea Poët” (Groenlandia/Netflix), “Elixe” (Topkapi/New 8), “Rogue Heroes” (Kudos/BBC One), “Fallen” (Filmlance/TV4), “Bergerac” (Blacklight TV for U and U& Drama), and “Culpa Tuya” (Pokeepsie/Prime Video).

As well as the world premiere of “Carême,” highlights for Series Mania include the festival debuts of “A Life’s Worth” (Yellowbird/Jarowskij/Viaplay/Arte) and “Weiss & Morales” (Portocabo/RTVE/ZDF).

The Hollywood Reporter

TV NEWS

Series Mania: Banijay Consolidates French Fiction Business

Dominique Farrugia will head up the combined entity formed by the merger of Banijay Studios France and Shine Fiction.

By Scott Roxborough March 25, 2025 4:20am



Dominique Farrugia Courtesy of Banijay

Banijay France, the French division of the global indie TV giant, is consolidating its scripted operations with the merger of Banijay Studios France and Shine Fiction, the company announced today at Series Mania in Lille. The unified entity will operate under the Shine Fiction banner and be led by chairman Dominique Farrugia, with Guillaume Thouret serving as chief operating officer.

The newly structured label will focus on premium scripted series for both local linear broadcasters and global streaming platforms.

The newly merged label now oversees a slate of high-profile titles, including *Marie Antoinette*, which has sold into more than 140 markets via Banijay Rights and recently launched its second season on Canal+, Apple TV+'s French-language foodie-themed period drama *Carême*, and upcoming productions including the comedy-crime series *The Family Detective* (TF1), thriller *Rien ne t'efface* (TF1), and coming-of-age drama *Désenchantées* (France TV).

"By proactively bringing together these two renowned labels under the Shine Fiction banner, we will unlock an entirely new level of creative and production expertise for our scripted business in France," said Banijay France CEO Alexia Laroche-Joubert. "Strengthening and expanding our scripted standing is a major priority for us, and with Dominique and Guillaume at the helm, we are poised to ambitiously deliver high-quality storytelling to audiences both in France and around the world."

Banijay France continues to expand its scripted content portfolio, with upcoming releases including *Asterix & Obelix: The Big Fight*, produced by Montmartre Film for Netflix, and *Montmartre*, a co-production between Authentic Productions and TF1.

As Europe's leading scripted studio, Banijay Entertainment maintains a diverse pipeline of new and returning titles such as *House of Guinness* (Kudos/Netflix), *The World According to Lidea Poët* (Groenlandia/Netflix), *Elixe* (Topkapi/New 8), *Rogue Heroes* (Kudos/BBC One), *Fallen* (Filmlance/TV4), *Bergerac* (Blacklight TV for U and U& Drama), and *Culpa Tuya* (Pokeepsie/Prime Video). Series Mania will showcase several of Banijay's major titles, including the world premiere of *Carême* and the festival debuts of *A Life's Worth* (Yellowbird/Jarowskij/Viaplay/Arte) and *Weiss & Morales* (Portocabo/RTVE/ZD

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Shine Fiction se fusiona con Banijay Studios France para crear un nuevo sello de ficción

Por Marco Sánchez Sequera -25 marzo, 2025

Desde Lille, en el marco de Series Mania, Banijay France ha anunciado la fusión de Banijay Studios France y Shine Fiction para crear una nueva plataforma de ficción en la región. Bajo el nombre de Shine Fiction y la dirección de Dominique Farrugia, como presidente, y Guillaume Thouret, como director de operaciones, la oferta se centrará en series premium para broadcasters locales lineales y plataformas globales de streaming.

Alexia Laroche-Joubert, CEO de Banijay France, asegura: «Al unir proactivamente estos dos reconocidos sellos bajo el sello Shine Fiction, alcanzaremos un nuevo nivel de experiencia creativa y de producción para nuestro negocio en Francia. Fortalecer y expandir nuestra presencia en el sector es una prioridad fundamental para nosotros, y con Dominique y Guillaume al mando, estamos preparados para ofrecer con ambición narrativa de alta calidad al público tanto en Francia como en todo el mundo.»



Maria Antonieta

«Cuando lancé Shine Fiction hace cuatro años, mi objetivo era crear y producir series ambiciosas que llegaran a un público amplio, y hoy, los resultados hablan por sí solos. En esta nueva etapa de la marca, lanzamos al mercado dos de los títulos más importantes de Francia. Tengo muchas ganas de continuar esta emocionante aventura con Guillaume a mi lado, potenciando el poder creativo y el alcance de nuestro sello», apunta Dominique Farruguia, presidente de Shine Fiction.

Sobre Shine Fiction

Shine Fiction alberga ahora el drama francés 'Marie Antoinette', que se ha vendido a más de 140 mercados a través de Banijay Rights y acaba de estrenar su segunda temporada en Canal+. Entre sus títulos, figura también la serie de Apple TV+ 'Carême', y próximos lanzamientos como la comedia policiaca 'The Family Detective' (TF1), el thriller 'Rien ne t'efface' (TF1) y el drama 'Désenchantées' (France TV).

Shine Fiction cuenta con un equipo de productores formado por Chanelle Bernard, Stéphanie Chartreux, Carole Della Valle y Soizic Gelbard, quienes aportarán una amplia experiencia y perspectivas creativas frescas a la nueva estructura.

Sobre Banijay France

Banijay France cuenta con una cartera de contenido premium en constante crecimiento, con próximos estrenos como 'Astérix y Obélix: The Big Fight', de Alain Goldman, para Netflix; y 'Montmartre', una coproducción entre Authentic Productions y TF1.

Entre los títulos de Banijay Entertainment, sobresalen 'House of Guinness' (Kudos/Netflix), 'The World according to Lidea Poët' (Groenlandia/Netflix), 'Elixe' (Topkapi/New 8), 'Rogue Heroes' (Kudos/BBC One), 'Fallen' (Filmlance/TV4), 'Bergerac' (Blacklight TV for U y U& Drama) y 'Culpa tuya' (Pokeepsie/Prime Video).

Banijay estrenará en Series Mania la serie 'Carême', así como 'A Life's Worth' (Yellowbird/Jarowskij/Viaplay/Arte) y 'Weiss & Morales' (Portocabo/RTVE/ZDF).

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Series Mania Forum premia al thriller dramático 'The Deal' en la primera edición de su nueva iniciativa destinada a los compradores

Por Marco Sánchez Sequera - 25 marzo, 2025

Como parte de Series Mania Buyers Upfront, la nueva iniciativa del foro de desarrollo y coproducción Series Mania Forum diseñada para brindar a los compradores de la industria acceso exclusivo a determinadas series, Laurence Herszberg, directora general de Series Mania, ha anunciado que 'The Deal' es la ganadora del primer Premio Buyers Choice.

Esta serie dramática ha sido seleccionada entre diez títulos, previamente anunciados, que fueron elegidos por el equipo artístico del festival, basándose tanto en su mérito artístico como en su atractivo para el público. Series Mania Buyers Upfront, que marca un nuevo capítulo en la evolución del Forum, comenzó con un exclusivo BETA Brunch.



'The Deal'.

La noche del 24 marzo, la presidenta del jurado, Katie Keenan, directora de adquisiciones del grupo Sky para Reino Unido/República de Irlanda y Europa, hizo entrega del premio, junto con los otros cinco miembros del jurado: Ghislain Barrois, director de cine, ficción, ventas, adquisición de derechos y distribución de Mediaset

España; Marina Chiaravelle, jefa de adquisición de derechos de televisión de RAI Cinema; Rubén Fernández Loa, jefe de adquisiciones de series de Movistar Plus+; Julia Fidel, jefa de adquisiciones de ficción internacional de ZDF; y Virginie Padilla, editora de encargos de Arte.

«El jurado ha quedado muy impresionado con la variedad de géneros y la calidad de las producciones de los títulos presentados esta tarde. Elegimos 'The Deal' como ganadora por ser un drama muy oportuno, dada la situación mundial, lo que refuerza su atractivo para el mercado. Junto con la dinámica diplomática y la tensión que aporta al drama, también hay historias humanas y personales que estamos seguros de que tendrán impacto», comentó Keenan.

Sobre 'The Deal'

'The Deal' es una coproducción entre Suiza, Francia, Luxemburgo y Bélgica a cargo de las productoras Bande à Part Films, Les Films Pelleas, Gaumont Télévision, Bidibul Productions y Versus Production. Se trata de un thriller dramático de seis episodios de 46 minutos de duración cada uno, cuya sinopsis dice así:

2015. Suiza acoge las conversaciones nucleares de última oportunidad entre Estados Unidos e Irán, junto con Europa, Rusia y China. La diplomática suiza Alexandra Weiss lidera la misión, donde el aumento de las tensiones y las agendas ocultas de los delegados amenazan la frágil diplomacia. Pero, cuando su antiguo amor, Payam —un ingeniero iraní amenazado—, aparece, Alexandra se ve obligada a cruzar los límites para protegerlo. La paz mundial está en peligro, ¿hasta dónde llegará?

CincoDías

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 8959 €
ÁREA: 411 CM² - 62%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 7386
OTS: 50000
SECCIÓN: PORTADA

26 Marzo, 2025





Lanzamiento de SpaceX. REUTERS

Los satélites de Musk y Bezos amenazan a las telecos españolas

Internet. MasOrange avisa de que Starlink y Kuiper pueden robarle negocio —P5

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 8959 €
ÁREA: 411 CM² - 62%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 7386
OTS: 50000
SECCIÓN: PORTADA

26 Marzo, 2025



MasOrange alerta de que Amazon y SpaceX pueden arrebatarle negocio a las telecos



Elon Musk, durante una de sus reuniones en la Casa Blanca. REUTERS

Avisa del riesgo de que la demanda de servicios caiga por las nuevas tecnologías

Cita el internet inalámbrico de las empresas de Musk y Bezos

JUAN CRUZ PEÑA
MADRID

MasOrange alerta del riesgo que puede tener para el sector de las telecomunicaciones en España la competencia futura procedente de la nueva generación de satélites, liderada por los grandes magnates de Estados Unidos, Elon Musk y Jeff Bezos. Concretamente, la compañía con más clientes de telefonía e internet en España (casi 40 millones de líneas de banda ancha y móvil) señala en documentación remitida a sus inversores que "existe el riesgo de que las nuevas tecnologías mermen la demanda de los servicios".

"Los nuevos servicios de internet inalámbrico que están desarrollando Amazon, SpaceX u otros proveedores podrían reducir la demanda de banda ancha fija y telefonía en el futuro", añade la compañía participada por el Estado francés y varios de los principales fondos de capital riesgo del mundo como KKR, Cinven o Providence.

"Es posible que nuevos proveedores de servicios de datos y telefonía móvil entren en el mercado y se beneficien de tecnologías más eficaces o de menor coste que les otorguen una ventaja competitiva en estos mercados", explica esta empresa, cuyos auditores obligan a reflejar los principales riesgos a los que está sometida la firma en la documentación que envía a los inversores de deuda de la empresa.

Aunque por ahora se trata de una competencia remota, MasOrange ha querido dejar patente en documentación oficial el potencial riesgo para los servicios del sector de las telecomunicaciones que ejercen las empresas de satélites en manos de las dos mayores fortunas del mundo, Elon Musk y Jeff Bezos. En primer lugar, cita a Amazon, que está desarrollando Project Kuiper. Según la empresa estadounidense, esta es "la iniciativa de Amazon para proporcionar internet rápido y asequible a comunidades de todo el mundo que actualmente no cuentan con servicios tradicionales de internet y comunicaciones. Para lograr este objetivo, Amazon desplegará miles de satélites de órbita terrestre baja (LEO por sus siglas en inglés) conectados a una red global de antenas, fibra y puntos de conexión a Internet en tierra". En segundo lugar, la operadora dirigida por Meinrad Spenger menciona a SpaceX, que cuenta con Starlink, operadora que pretende poner en órbita cerca de 35.000 satélites. Da servicio en más de 100 países, incluido España, donde ya ofrece a los consumidores internet ilimitado para el hogar desde 29 euros. Este gestor de satélites en manos del magnate con más influencia sobre el presidente de EE UU, Donald Trump, ofreció sus servicios en Valencia para suplir el apagón de comunicaciones que se produjo durante el desastre de la dana, al inundarse todas las redes de fibra que operan habitualmente.

No es de extrañar que en este contexto el sector de las telecomunicaciones empiece a mostrar preocupación por la incipiente competencia de estas empresas, cuyo poder va más allá de lo empresarial y abarca connotaciones geopolíticas de primer orden. No en vano, el Gobierno italiano de Giorgia Meloni ha congelado las negociaciones con la firma de Elon Musk para proporcionar una red segura de comunicaciones sensibles en terreno transalpino. Este mensaje de alerta llega en un momento en el que todas las operadoras de telecomunicaciones en España están tratando de hacer caja con sus redes de fibra. La propia MasOrange ha establecido una *joint venture* con Vodafone para vender a un socio financiero un 40% de su red de fibra, una operación que se valora en cerca de 4.000 millones de euros.

También Vodafone pretende colocar a un inversor casi toda su participación en otra alianza de fibra con Telefónica, donde las primeras respuestas del mercado no están generando excesivo interés. Digi, Avatel, Finetwork o Adamo han estado involucrados en transacciones de fibra en los últimos años. Tanto Musk como Bezos han acumulado gigantescas fortunas con sus negocios de coches eléctricos (Tesla) y paquetería online (Amazon) y se han diversificado hacia sectores con alta influencia geopolítica, como los satélites o los medios de comunicación más novedosos (Musk compró Twitter, rebautizada como X), como los más tradicionales (Bezos adquirió *The Washington Post*).

Italia ha congelado la negociación con Musk para obtener una red segura de comunicación

Las grandes operadoras quieren hacer caja con sus redes de fibra

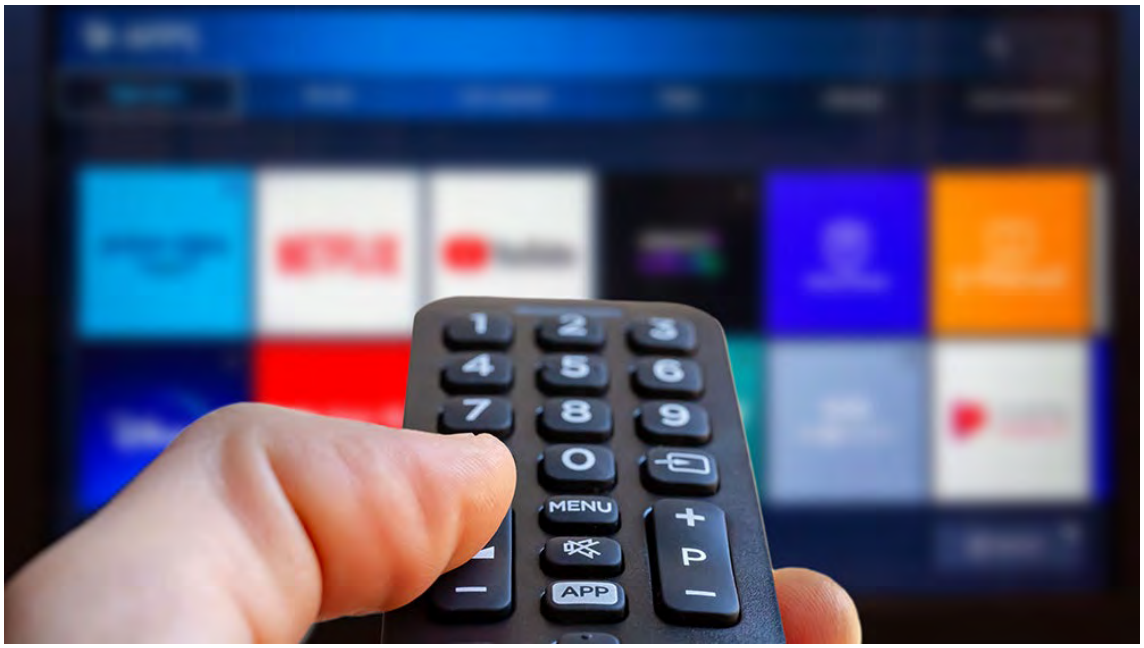
La amenaza creciente para el sector de las telecomunicaciones no pasa desapercibida para otras grandes compañías españolas más allá de MasOrange, que acaba de iniciar las actualizaciones de sus equipos para dar un 40% más de velocidad a sus clientes. El nuevo presidente de Telefónica, Marc Murtra, está promoviendo las grandes fusiones transeuropeas para competir de tú a tú con los gigantes norteamericanos y chinos.

VARIETY

Mar 25, 2025 4:00am PT

Americans Now Spend $69 per Month on Video Streaming — and Nearly Half Think It's Too Much

By **Todd Spangler**



Streaming services like Netflix used to look like a much cheaper alternative to cable TV. But now streamers are facing similar pressures as prices climb — and the perceived value of their services diminishes, particularly among younger consumers.

On average, streaming video subscribers in the U.S. pay for four services totaling $69 per month, a 13% year-over-year increase, according to Deloitte's 19th annual Digital Media Trends report, released Tuesday. By comparison, cable or satellite TV customers reported spending $125 per month on average.

Almost half (47%) of those surveyed said they pay too much for the streaming services they use, and 41% believe the content available on these services isn't worth the price (up 5 percentage points from 2024). Indeed, 60% of consumers said that if their favorite streamer raised its prices by $5 per month they would cancel the service, the survey found.

With U.S. subscription prices rising on average to $16 per month for subscription video-on-demand (SVOD) services, consumers appear to be feeling a pinch, the Deloitte report indicates — and younger generations surveyed are especially prone to canceling services or opt for less expensive (or free) ad-supported alternatives. According to they survey, 54% of SVOD subscribers have at least one ad-supported tier of a paid service, up from 46% last year.

Premium streaming services may struggle to find an ideal price point with little flexibility to raise prices without further alienating customers, per Deloitte's analysis. On average, consumers consider $14 per month to be "just the right price" for their favorite ad-free streaming services; prices above $25 per month are seen as too high. Respondents said $10 monthly is ideal for a favorite ad-supported service (compared with the current market average of $9 per month), while ad tiers priced above $19 are considered too expensive.

Despite streaming providers' efforts to minimize churn, 39% of consumers have canceled at least one paid SVOD service in the last six months, a rate that has remained relatively stable in recent years. This figure jumps to over 50% for Gen Zs and millennials. Additionally, the phenomenon of "churn and return" — in which consumers cancel and then renew the same subscription within six months — also remains consistent, with 24% of all consumers doing so in the past six months (40% for Gen Z and 35% for millennial respondents).

The 19th edition of Deloitte's Digital Media Trends report is based on a survey of 3,595 consumers 14 and older that was fielded in October 2024.

Other findings from the Deloitte study:

- Content on social platforms holds greater relevance for younger generations: 56% of Gen Zs and 43% of millennials surveyed find social media content more relevant than traditional TV shows and movies. Around half of Gen Zs (52%) and millennials (45%) surveyed feel a stronger personal connection to social media creators than TV personalities or actors.
- About 29% of consumers overall (and 49% of Gen Zs and 40% of millennials) would be more willing to watch TV shows or movies starring their favorite online creators. However, 30% of consumers believe creators lose their authenticity when featured on traditional TV.
- Gen Zs surveyed spend 54% more time (about 50 minutes more per day) than the average consumer on social platforms and watching user-generated content, and 26% less time (about 44 minutes less per day) than the average consumer does watching TV and movies.

DEADLINE

NEWS

YouTube Hits New High With 11.6% Of TV Viewing; February Share Up 53% Over 2023 Level, Nielsen Says

By **Dade Hayes** March 25, 2025 5:00am



The YouTube Space studios in London

YouTube hit a record 11.6% of all TV viewing in February, according to the latest edition of Nielsen's Distributor Gauge Report.

The top finish was only YouTube's second, largely due to Nielsen methodology, which groups together all platforms of the Walt Disney Co. (including ESPN, ABC and streaming). Disney in February fell to No. 2, while Fox Corp. rode a surge of tune-in to the Super Bowl across broadcast and streaming outlet Tubi to edge Netflix and end up third. (See full ranking below.)

YouTube has been on a long-term growth trajectory in the Nielsen statistics and recently announced that living-room viewing had exceeded that on mobile devices and computers. In just two years, YouTube's share of total TV viewing has jumped 53%, going from 7.9% to 11.6%.

The overall viewing upturn has been increasingly driven by older audiences, Nielsen said. Viewing from adults 65 and over has nearly doubled in the last two years, rising 96%.

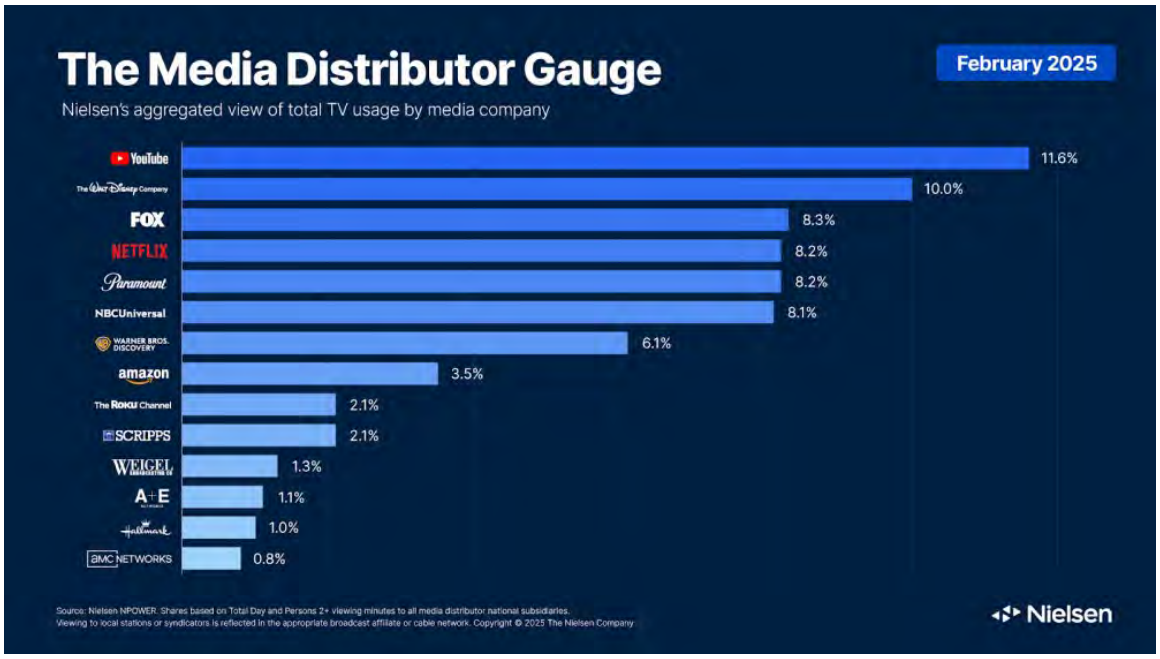
That older demo now makes a contribution to the total that is similar to kids aged 2 to 11 (15.4% vs. 16.9%).

Another striking aspect of YouTube's rise to dominance has been the fact that it is less reliant than most peers on tentpole programming. Rather, it draws from a wide array of popular creator-driven programming. The Nielsen numbers are U.S.-only; globally, YouTube reaches billions of subscribers.

Disney's slip was caused in part by the absence of NFL playoff games as well as the College Football Playoffs, which boosted the media giant's stats in January, Nielsen said.

Along with the Super Bowl, Fox benefited from a 3% month-to-month increase in Fox News Channel viewership, which drove 37% of the company's total viewing. (Tune-in gained intensity in February as the Donald Trump administration began making a series of moves.) Fox Sports 1 viewership was also up 45% compared with January, primarily due to NASCAR races.

Here's the full chart from the February report:



The Hollywood Reporter

BUSINESS NEWS

Older Viewers Fuel YouTube Move to No. 1 Among TV Distributors in February

The service supplants Disney atop the Nielsen list for the second time.

By Rick Porter March 25, 2025 5:19am



YouTube commanded more TV time than any other media provider in the United States in February, and its top ranking was thanks in part to viewers over the age of 50.

The service accounted for 11.6 percent of all TV use in the country in Nielsen's rankings of media distributors for the February period (which ran from Jan. 27-Feb. 23). That's an all-time high for YouTube and the second time it has placed atop the distributor rankings; it previously did so in July 2024.

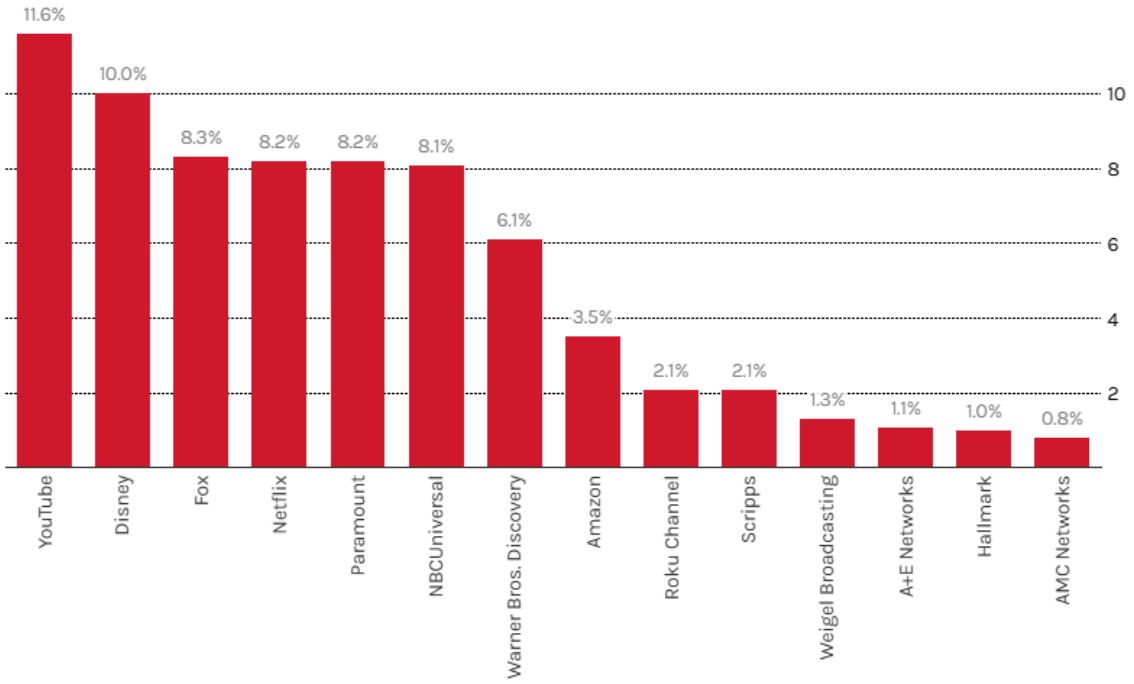
YouTube improved from 10.8 percent of TV use in January and passed Disney (10 percent) for the overall spot among TV content distributors. Nielsen notes that the rise for YouTube was fueled partly by a somewhat surprising source: people over 50, who accounted for about 36 percent of all time spent watching YouTube on TV screens — more than the combined 28 percent for teenagers and adults 18-34. The media distributor rankings don't include viewing on computers or mobile devices, which means the demographics Nielsen cited might not be fully representative of YouTube's total usage across all devices.

Fox moved into third place in February — its highest ranking to date — thanks in large part to a record-setting Super Bowl. It claimed 8.3 percent of U.S. TV use, edging ahead of Netflix and Paramount (8.2 percent each and both down a little from January).

February's Media Distributor Gauge numbers are below.

TV Use by Media Company

Nielsen's Media Distributor Gauge for February 2025



SOURCE: NIELSEN

Apple breaking taboos to erase $1B Apple TV+ loss

24 Mar, 2025 **Colin Dixon**



Does Apple care if Apple TV+ makes a loss if it keeps people bound into the company's closely held ecosystem? Yes, it does. It's working with Google and Amazon to erase $1B in service losses.

Apple TV+ is underperforming, losing $1B a year

Few companies can get away with a $1 billion loss on a service without offering an explanation or plan to fix it. Apple is such a company. With 2024 revenue of $391 billion and gross profit of $181 billion, The Information's estimate of Apple TV+ losing $1 billion in 2024 represents only a rounding error for Apple.

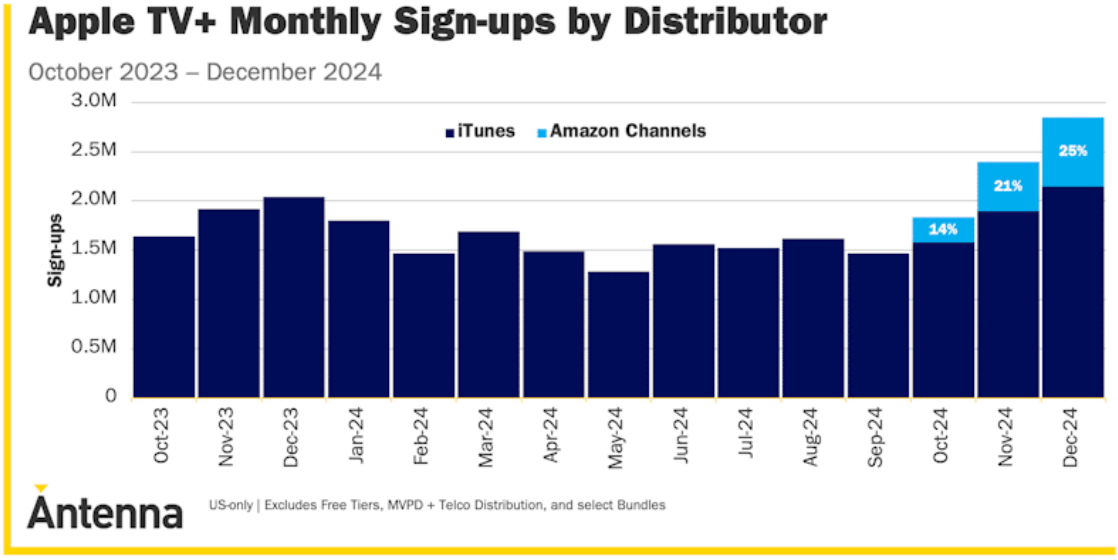
The Information (via The Verge) says Apple TV+ reached 45 million subscribers in 2024, and Apple spent around $4.5 billion on content after cutting the budget by $500 million. In the US, at least, the spending and subscribers did not result in enough TV viewing time to warrant Nielsen's inclusion in The Gauge. Pluto TV's reported share of between 0.8 and 1.0% was the smallest of any named service in 2024. Presumably, Apple TV+ was smaller than that and included in the "other streaming" category.

Should Apple TV+ be doing better based on its investment in content? Certainly, it is spending far less on content for the service than many of its peers. For example, Netflix spent $16.2 billion on content in 2024 and maintained roughly an 8% share of viewing time in 2024, according to Nielsen.

Apple is concerned enough about Apple TV+'s performance to do things that would have been unthinkable just a year or so ago.

Apple works with Amazon to boost its SVOD's users

Monthly apple tv plus sign ups by distributorIn October 2024, Amazon began offering Apple TV+ subscriptions to Prime Video users via its Channels program. Subscribers pay the same via Channels as subscribing to the standalone service: $9.99 a month. However, Amazon subscribers to the service watch the content in Prime Video, not the Apple TV app.



According to Antenna, the move has already made a substantial impact on Apple TV+ subscribers. In December 2024, 25% of sign-ups to the SVOD services came through Amazon Channels, and Amazon delivered 1.5 million total Apple TV+ sign-ups in the fourth quarter of 2024. What is more, 73% of Amazon subscribers had never signed up for the service before, versus 48% of sign-ups via iTunes.

Apple TV+ comes to Android phones

When Apple introduced Apple TV+, it gave the service free to purchasers of new iPhones and iPads. This led many to view the service through the lens of the Apple ecosystem. However, Apple TV quickly became available on non-Apple-connected TV devices like Roku and Google TV. Apple completed the untethering of Apple TV by releasing the app for Android phones and tablets in February 2025.

Apple has no choice but to support competitors' products and services with Apple TV+. The necessity for content to be available to as many people as possible to maximize its audience is as true today as it has always been. Apple's exclusive deal with MLS demands both work together to grow the audience for the American soccer league in the US and the rest of the world. That can't happen if half the potential audience cannot watch on their phone or tablet.

Watch Apple make other groundbreaking deals to boost Apple TV+ further and reduce its losses. For example, next up could be a deal that sees Apple TV+ available via YouTube Primetime Channels. After all, no other video service has a better reach than YouTube.

The Hollywood Reporter



OpenAI screened 11 short films created by its text-to-video artificial intelligence tool at "Sora Selects" at Brain Dead Studios in Los Angeles on March 19. OpenAI

BUSINESS NEWS

OpenAI Is Ready for Hollywood to Accept Its Vision

As the company engages major studios and throws its own short film festival (with Universal, Disney and talent agency execs in attendance), its executives see a future unconstrained by legal or labor guardrails.

By Winston Cho March 25, 2025

When OpenAI unveiled technology called Sora last year that lets people instantaneously generate hyper-realistic videos — like a movie trailer of an astronaut traversing a barren desert planet — in response to a text prompt of just a few words, it wasn't the quality of the footage that caught Hollywood folk off guard as much as the rapid growth of the technology initially thought to be years away from being able to be plugged into the production pipeline.

Questions swirled as studios execs chattered about AI's place in the entertainment industry: what production processes can it streamline; to what degree can it cut costs; what are the legal and labor guardrails?

Since then, OpenAI has been engaging with studios about Sora, hammering home its applications as it works out kinks with independent filmmakers and undergoes safety testing. Now, the company is pitching Hollywood as it ventures toward widespread adoption of its technology.

Rohan Sahai, who leads the Sora product team, tells The Hollywood Reporter in an interview that there's been considerable interest from the entertainment industry, without specifying the contours of the conversations. He sees utilization of the tools across most stages of production as the tools improve.

"For some of these bigger production companies, the ones who are forward looking, they see where things are going and try to think about how to change their whole workflows to make the best fit at this moment in time," he says.

The current legal landscape mostly limits adoption to the previsualization process, like conception and storyboarding, that don't directly involve the final product. Widespread utilization of AI tools in the movie-making process will depend largely on how courts land on novel legal issues raised by the technology. Still, workers in the industry are already losing jobs, with concept artists, voice actors and animators at the forefront of that displacement. AGBO, the production company run by Avengers directors Joe and Anthony Russo, is making a significant push into the space, most recently hiring AI expert and former Apple exec Dr. Dominic Hughes to serve as its chief scientific officer in a bid to streamline production processes.

Among few considerations holding back further deployment of AI is the specter of a court ruling that the use of copyrighted materials to train AI systems constitutes infringement. Another factor is that AI-generated works aren't eligible for copyright protection, limiting exploitation since they'd enter the public domain.

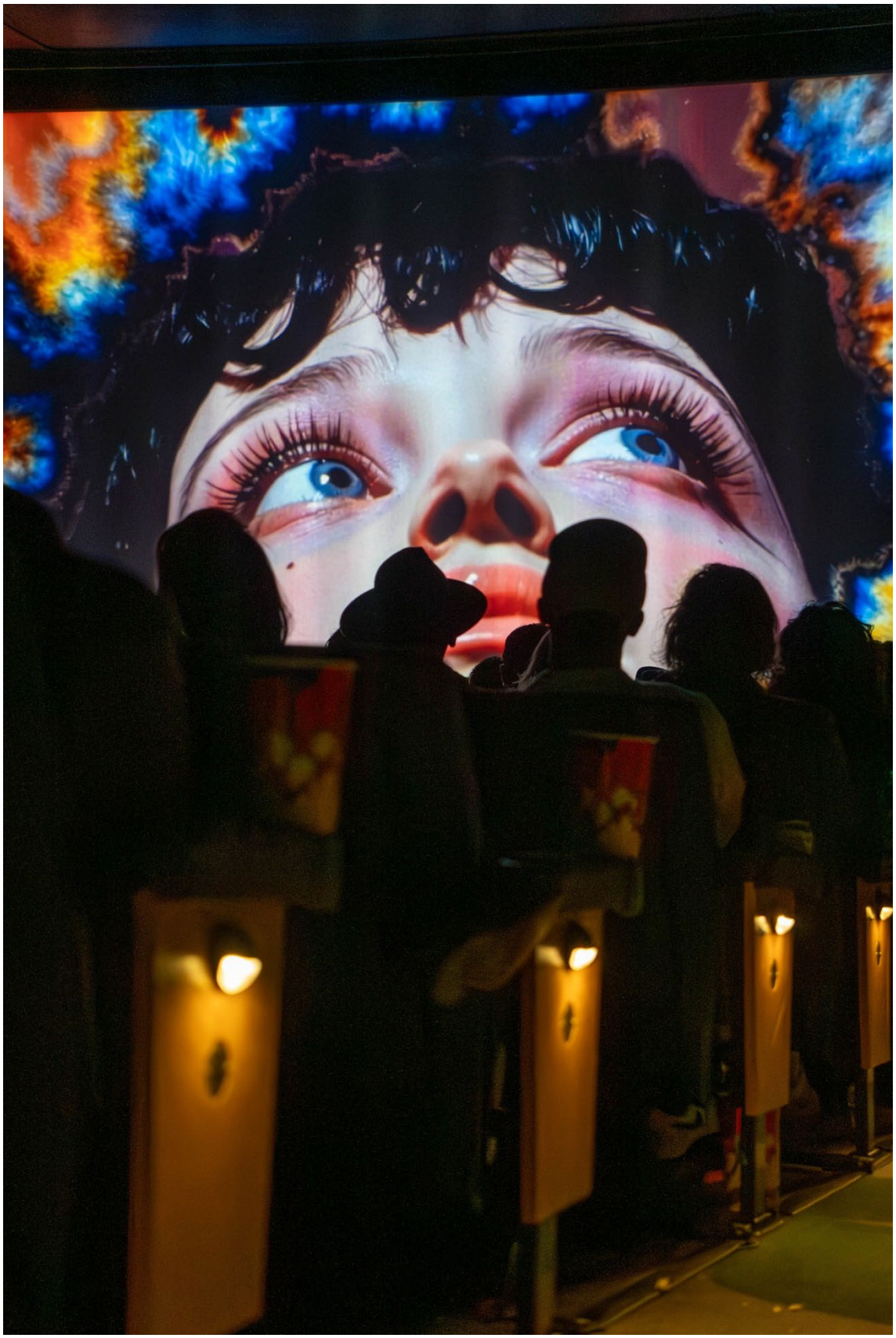
OpenAI is optimistic about a future in which its technology isn't constrained by legal or labor guardrails as it continues to fight lawsuits from creators. Its conversations with Hollywood reflect that confidence.

"We are taking a broader stroke here in terms of what we want people to do with these models in terms of creating and storytelling," Sahai says. Rather than "honing in on a certain part of the [production] pipeline," he adds the company is taking a holistic view at selling Hollywood on the technology since "long term, people are going to realize it's so much more powerful than simply tapping into a VFX" workflow.

"We are deeply engaged with the industry as a whole to get their feedback, including studios," OpenAI said in a statement.

On March 19, the ChatGPT maker screened 11 short films made with Sora by independent filmmakers at Brain Dead Studios, a hip movie theater in West Hollywood on Fairfax Avenue, in a bid to showcase its technology. Those movies displayed the limitations of the tools while hinting at their potential.

None of the titles incorporated extensive dialogue between characters. Narratives were sparse to nonexistent, with more than one person commenting after the screenings some of the films were closer to commercials than short films. Characters appeared to be sitting on air at one point in a movie about the misadventures of knights.



A crowd watches "Solace," an AI-generated film incorporating surreal visuals at Sora Selects, a screening of short films made by Sora from OpenAI. OpenAI

Still, the possibility that Sora can streamline the VFX workflow, an area of production known for especially slim margins, was evident. The titles selected for the screening featured an array of shots generated by the tool exhibiting why it's captivated Hollywood: a fish bejeweled in eyes; an ocean vista kissed by a string of setting suns; a silhouette of a man swallowed by a vortex of newspapers. Some VFX artists are already leaning into AI, working around certain legal constraints by training open source systems on their own works.

Verena Puhm, an AI filmmaker, said she started her short film about a dairy farm in a dystopian future meant to be a critique on mass production and exploitation with 15 hours left before the application window closed. She said her project is intended to raise "a bit of awareness about what we're consuming."

OpenAI no longer discloses the sources of data used to train its systems. Artists, authors and publications have sued the Sam Altman-led company over allegations it illegally pilfered their work without consent and compensation. Courts ruling against fair use — a legal doctrine that permits utilization of copyrighted works without a license — could have major implications for the AI leader. Last week, hundreds of major Hollywood figures signed a letter pushing back against OpenAI and Google's appeals to the U.S. government to allow their AI models to train on copyrighted works.

In attendance at the screening was an executive at Universal Pictures as well as Disney, who came in a personal capacity and not as a representative of the studio. A UTA employee at the agency's Entertainment Marketing division was also in the crowd.

Alton Glass, a Directors Guild of America member who attended the screening, said "workflows are going to shift" with the advent of AI. He stressed, "opportunity will come from that."

Adoption of AI in Hollywood has been slow but is steadily progressing. Last year, Lionsgate announced a first-of-its-kind partnership with Runway that will see the New York-based AI startup train a new generative AI model on content owned by the studio, which will be used to assist with behind-the-scenes production processes. Under the no-cash deal, Runway will have access to a portion of the studio's titles to create a model designed exclusively for Lionsgate's use, with the hope that it can plugged into different parts of the production pipeline, such as the storyboarding process and in helping with the design of VFX work, according to a person familiar with the deal. This was followed by Blumhouse partnering with Meta on a series of short films produced with the help of Movie Gen, which creates video and corresponding audio, as it tests the AI waters and James Cameron joining Stability AI's board of directors.

"They're looking for case studies," says Rob Rosenberg, former Showtime Networks executive vp and general counsel. "They're looking for proof of concept that they can turn around and say we reduced production costs by X percent."

Sora was made available for public use in December after undergoing safety testing by experts in misinformation, hateful content and bias. Filmmakers, visual artists and designers were also provided access for feedback on improvements.

Since then, creators have been unveiling AI-generated projects to mixed reception, with some criticizing aesthetics that they say approach the uncanny valley and others hailing the near-instantaneous creation of movie-ready visuals and effects.

Similar to how OpenAI is engaging with independent filmmakers as it rolls out Sora, Meeka Bondy, chair of Perkins Coie's entertainment practice and HBO's former senior vice president for legal affairs, says AI companies courting Hollywood are looking to show creators that their tech isn't the boogeyman it's been represented as by some critics. She adds, 'It highlights their visibility, but I also think it gives them legitimacy. If James Cameron is doing it, the though is that they're not trying to replace" production crew.

The narrative advanced by OpenAI to encourage adoption of its AI tools has revolved around the "democratization" of the entertainment industry. With the tools, creators face lower barriers to filmmaking that, some may say, will help realize bringing their ideas to the screen. Earlier this month, it was announced that James Lamont and Jon Foster, the writing team behind Paddington in Peru, are reteaming for an AI animated film Critterz. The title is a feature-length adaptation of the short film of the same name from Vertigo Films, which is joined by AI creatives at Native Foreign in the project. That short, written and directed by OpenAI creative specialist Chad Nelson, emerged as among the first AI films to combine visuals generated by OpenAI's Dall-E tool with traditional animation techniques and was later remastered with Sora. The producers said they hope to "set a new benchmark for generative storytelling pairing human-driven creativity and traditional animation techniques with the latest AI technology."

But these talking points, which underscore the opportunity presented to some creatives who've been able to advance their careers with the AI tools, gloss over those who have lost and will continue to lose work due to the technology. Concept artists and workers in VFX, among other positions that are seen as under fire by AI, are taking stock of potential displacement down the road if the tech advances at the pace it has been.

A study commissioned last year by the Concept Art Assn. and the Animation Guild surveying 300 leaders across the entertainment industry found that three-fourths of respondents indicated that AI tools supported the elimination, reduction or consolidation of jobs at their companies. Over the next three years, it estimated that nearly 204,000 positions will be adversely affected. At the forefront of the displacement: sound engineers, voice actors, concept artists and employees in entry-level positions, according to the study. Visual effects and other postproduction work stands particularly vulnerable.

Sora has limitations — technological and legal — that will restrict its applications in the entertainment industry. Still, it has very real potential in production in ancillary industries, including advertisement and the video work commissioned by corporations, that present fewer labor constraints to adopting the technology. Among the considerations on the technology's impact on Hollywood will be downstream effects for creatives that depend on such work for the primary source of their income. It's expected to have a similar impact on soundstages and equipment rental companies since the technology will likely encourage fewer production crew.

VARIETY

Mar 25, 2025 12:00pm PT

‘Adolescence’ Sets Netflix Record With 66.3 Million Views, Best Ever Two-Week Total for a Limited Series

By **Selome Hailu**



Adolescence. Stephen Graham as Eddie Miller in Adolescence. Cr. Courtesy of Netflix © 2024 Courtesy of Netflix

“Adolescence” has already set a major viewership record after its second weekend of streaming on Netflix.

After opening with a massive 24.3 million views in its first four days, “Adolescence” was the most watched title on Netflix during the week of March 17-23 with another 42 million views, taking the show to 66.3 million views total thus far — more than any other Netflix limited series has achieved within a two-week period, and the U.K. crime story managed that within just 11 days.

The second-most watched TV title of the week was “The Residence,” the Shonda Rhimes-produced drama series starring Uzo Aduba, which debuted 6.4 million views in four days. It was followed by “Running Point,” which landed in third place with 3.5 million views in its fourth week on the chart. Live wrestling special “Raw: 2025” continued to chart, with the March 17 edition’s 3.1 million views taking No. 4 on the English-language TV list, followed by “Zero Day” with 3 million views in its fifth week on the chart.

“Wolf King,” a new animated series, debuted in sixth place with 2.9 million views in its first four days of streaming, while Netflix’s new version of the dating show “Temptation Island” hit seventh place with 2.7 million views in its first full week of streaming.

Paramount+’s “1883” had its second week in the chart after recently landing on Netflix, this time at No. 8 with 2.6 million vie3ws, while Bert Kreischer’s comedy special “Lucky” reached 2.6 million views in six days, landing in ninth place. “Ms. Rachel” was the No. 10 English-language TV series with 2.3 million views in its sixth week on the chart.

On the English-language movies chart, “The Electric State” remained No. 1 with 22.5 million views in its second week while documentary “The Twister: Caught in the Storm” debuted at No. 2 with 17 million views. And on the non-English chart, the Korean film “Revelations” led with a 5.7 million-view opening in three days.

See the Netflix Top 10 charts for March 17-23 below, starting with English-language series and movies and followed by non-English-language series and movies.

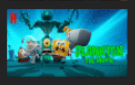
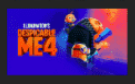
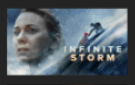
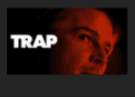
TOP 10 SHOWS OVERVIEW

Global | This Week

RANKING		WEEKS IN TOP 10	VIEWS	RUNTIME	HOURS VIEWED
01	Adolescence: Limited Series	2	42,000,000	3:50	161,000,000
02	The Residence: Season 1	1	6,400,000	7:44	49,500,000
03	Running Point: Season 1	4	3,500,000	5:04	17,800,000
04	Raw: 2025 - March 17, 2025	1	3,100,000	1:49*	5,800,000
05	Zero Day: Limited Series	5	3,000,000	5:09	15,200,000
06	Wolf King: Season 1	1	2,900,000	3:32	10,100,000
07	Temptation Island: Season 1	1	2,700,000	9:24	25,000,000
08	1883: Season 1	2	2,600,000	9:22	24,500,000
09	Bert Kreischer: Lucky	1	2,600,000	1:08	2,900,000
10	Ms. Rachel: Season 1	6	2,300,000	3:02	7,100,000

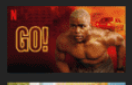
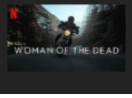
TOP 10 MOVIES OVERVIEW

Global | This Week

RANKING		WEEKS IN TOP 10	VIEWS	RUNTIME	HOURS VIEWED
01	 The Electric State	2	22,500,000	2:08	48,000,000
02	 The Twister: Caught in the Storm	1	17,000,000	1:29	25,200,000
03	 Den of Thieves 2: Pantera	1	8,400,000	2:24	20,100,000
04	 Kraven the Hunter	2	6,000,000	2:07	12,800,000
05	 A Quiet Place: Day One	1	5,700,000	1:40	9,500,000
06	 Plankton: The Movie	3	5,500,000	1:28	8,000,000
07	 Despicable Me 4	4	4,900,000	1:34	7,700,000
08	 Morbius	3	4,900,000	1:44	8,500,000
09	 Infinite Storm	1	4,800,000	1:38	7,900,000
10	 Trap	2	4,500,000	1:45	7,800,000

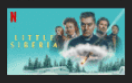
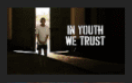
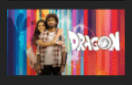
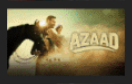
TOP 10 NON-ENGLISH SHOWS OVERVIEW

Global | This Week

RANKING		WEEKS IN TOP 10	VIEWS	RUNTIME	HOURS VIEWED
01	 When Life Gives You Tangerines: Limited Series	3	5,500,000	11:52	65,500,000
02	 Medusa: Season 1	3	2,700,000	7:29	20,400,000
03	 Woman of the Dead: Season 2	1	2,000,000	4:30	9,000,000
04	 Welcome to the Family: Season 1	2	1,800,000	4:12	7,600,000
05	 SAKAMOTO DAYS: Season 1	10	1,800,000	4:22	7,700,000
06	 Just One Look: Limited Series	3	1,600,000	4:29	7,300,000
07	 Khakee: The Bengal Chapter: Season 1	1	1,600,000	5:51	9,200,000
08	 Go!: Season 1	1	1,500,000	2:41	4,000,000
09	 The Potato Lab: Limited Series	3	1,400,000	9:46	13,800,000
10	 Woman of the Dead: Season 1	4	1,400,000	4:33	6,300,000

TOP 10 NON-ENGLISH MOVIES OVERVIEW

Global | This Week

RANKING		WEEKS IN TOP 10	VIEWS	RUNTIME	HOURS VIEWED
01	 Revelations	1	5,700,000	2:02	11,600,000
02	 Counterattack	4	4,300,000	1:25	6,100,000
03	 Delicious	3	2,800,000	1:42	4,800,000
04	 Little Siberia	1	2,700,000	1:47	4,900,000
05	 Officer on Duty	1	2,600,000	2:14	5,900,000
06	 In Youth We Trust	1	2,300,000	2:12	5,100,000
07	 Dragon	1	2,100,000	2:34	5,400,000
08	 Emergency	2	1,900,000	2:25	4,600,000
09	 Azaad	2	1,800,000	2:16	4,000,000
10	 Demon City	4	1,600,000	1:48	2,900,000

VARIETY

Mar 25, 2025 4:31am PT

‘Adolescence’ Makes History as First Streaming Show to Top U.K. TV Ratings

By **Naman Ramachandran**



Adolescence

Hit Netflix drama “Adolescence” has shattered a significant barrier in the U.K. television landscape, becoming the first streaming show to claim the top spot in the country’s weekly TV ratings.

The critically acclaimed series outperformed traditional broadcast heavyweights including BBC’s “The Apprentice” and “Death in Paradise,” according to official data released by U.K. ratings body BARB (Broadcasters Audience Research Board).

The first episode of “Adolescence” drew 6.45 million viewers in its debut week, establishing a new record for streaming viewership in the U.K. This figure surpasses the previous streaming record of 6.3 million set by Netflix’s “Fool Me Once” in January 2024.

“Adolescence” demonstrated remarkable staying power with its second episode attracting 5.94 million viewers, while BBC One’s “The Apprentice” and “Death in Paradise” followed closely in third and fourth positions with 5.79 and 5.75 million viewers respectively. The third and fourth episodes of “Adolescence” also performed strongly, drawing 5.14 million and 4.65 million viewers respectively.

Launched on March 13, “Adolescence” rapidly ignited a global conversation with its unflinching portrayal of a 13-year-old boy arrested on suspicion of murdering a schoolmate. The series has earned widespread acclaim for its innovative single-shot filming technique used in each episode, heightening the drama’s intensity.

“Dark and brilliantly written, this show unpacks the complexities of humanity and manhood and how the rise of the manosphere has so eerily and quickly permeated itself into the lives of young people through social media,” wrote Aramide Tinubu, reviewing the series for Variety. “Gutting, raw and stunningly acted, ‘Adolescence’ highlights how we’ve failed ourselves and will continually fail the generations coming behind us.”

The cast includes Stephen Graham, newcomer Owen Cooper, Ashley Walters, Christine Tremarco and Amelie Pease.

While “Adolescence” marks a historic moment for streaming platforms, it still trails behind some of the year’s highest-rated broadcast programs. The BBC’s “The Traitors,” “Call The Midwife,” and the “Gavin & Stacey: A Fond Farewell” documentary all had higher seven-day audience figures. Similarly, ITV’s headline-grabbing drama “Mr Bates vs the Post Office” reached 10 million viewers in its first week when it aired last year.

Barb began incorporating streaming data into its ratings calculations in November 2021, reflecting the growing importance of digital platforms in the television ecosystem. Netflix signed up to BARB in Oct. 2022.

The Hollywood Reporter

TV NEWS

‘Adolescence’ Makes History in the U.K., Becoming First Streaming Show to Top TV Ratings

The one-shot Netflix show has beaten out broadcaster favorites after being watched by 6.45 million people in the first week of its release.

By Lily Ford March 25, 2025 5:38am



Owen Cooper makes his acting debut in 'Adolescence.' Netflix

Netflix‘s one-shot show *Adolescence* has made history by becoming the first streaming program to top Britain’s weekly TV ratings.

Jack Thorne and Stephen Graham‘s drama beat out long-standing broadcaster favorites like the BBC’s *The Apprentice* and *Death in Paradise* after its first episode was watched by 6.45 million people in the first week of release, according to ratings body Barb.

It’s the biggest audience for any streaming TV show in the U.K. in a single week, leapfrogging *Fool Me Once*, also on Netflix, which accrued 6.3 million in its first week.

The four episodes of the miniseries are each filmed in one, continuous shot, leaving audience members flummoxed at the stellar acting and trying to make sense of how director Philip Barantini filmed the oners.

The show tells the story of Jamie (Owen Cooper), a 13-year-old boy who is accused of stabbing a girl from school to death. Viewers are taken through the grisly process from start to finish: his shocking arrest and first police interview, the detectives attempting to put the pieces of the case together, a child psychologist sent to assess Jamie and the family forced to re-evaluate every parental decision that led to this life-altering event. *Peaky Blinders* star Graham as well as Ashley Walters, Erin Doherty, newcomer Cooper, Faye Marsay and Christine Tremarco star.

Doherty recently spoke to *The Hollywood Reporter* about the show's themes: how young men, sometimes children, are being radicalized online by misogynists who encourage toxic attitudes toward women.

"It's there, we can't deny it, and no matter how awful and disturbing it is, we would be doing ourselves a disservice as a human race to continue to ignore it and avoid it," Doherty said about the subject matter Thorne and Graham decided to tackle. "But I don't actually think the show poses any answers and I don't think it can, because I don't think we have them yet."

"For me, I don't even have kids and what I've taken away from it, literally, for the last couple of days with my friends, girlfriend, my family, all I've been talking about is the show but also the reality of bringing up kids. I feel like that is what people are talking about. Like, what the hell do we do? It's already infiltrating my conversations about how to navigate it," she continued.

"So I can't even imagine what parents are saying, and parents of young children particularly. But the biggest insight is that even my generation, who are yet to begin that chapter of their lives," she said, "it's already getting the ball rolling there. So I feel like it's done its job, because we're already like, "What the hell do we do?"

IndieWire

NEWS FILM TV AWARDS VIDEO

General News

The British TV Industry Is In Such Crisis, 'Wolf Hall' Director Says, That ITV and BBC Couldn't Afford 'Adolescence'

"Wolf Hall: The Mirror and the Light" director Peter Kosminsky believes public broadcasting is facing an "existential crisis" in the U.K.

By Harrison Richlin March 24, 2025 4:30 pm



'Wolf Hall'/'Adolescence' Courtesy of Everett Collection

From "Baby Reindeer" to "Adolescence," Netflix has staked a claim when it comes to sourcing prestige British TV with global appeal and "Wolf Hall" director Peter Kosminsky believes this to be a huge problem. Speaking during a recent interview with BBC Two's Newsnight, the 45-year industry veteran detailed what he described as an "existential crisis" facing Britain's public broadcasting.

Kosminsky explained that American streaming companies have made costs so high that BBC, ITV, Channel 4, and Channel 5 "can't afford to make dramas like 'Wolf Hall' anymore." Instead, all the money that should be distributed on British programming is going to shows that have more global appeal, "Adolescence" being one example.

“I think the BBC or ITV would wish to make ‘Adolescence,’ but let’s be absolutely clear,” Kosminsky said, “there is no way they could make it at the moment.”

Written by this year’s Oscar winner for Best Adapted Screenplay, Peter Straughan (“Conclave”), the second adaptation of Hilary Mantel’s popular literary series, “The Mirror and the Light,” was almost shut down six weeks before production. Even after props had been made, locations scouted, and cast members contracted, Kosminsky and the show’s producer realized the budget they were provided with simply wouldn’t work.

“That’s not something that has ever happened to me before,” Kosminsky said, “in all the years I’ve been making programmes, that you actually have to stop six weeks from production.”

Ultimately, Kosminsky had to solve the problem by shooting most of the show indoors to save on the costs that would accrue from trying to control the lighting of any outdoor environment, but having to sacrifice quality for budgetary reasons was anathema to his nature as a craftsperson. Even Straughan and the show’s star, Mark Rylance, agreed to take huge pay cuts in order to see the show made.

In a letter written to Members of Parliament on the Culture, Media, and Sport Committee earlier this year, Kosminsky laid out a strategy to bring more financing to U.K.-focused narratives by enacting a 5% streaming levy. The profits from this would then go into a “cultural fund” for British programming without inherent “cross-border appeal.”

“A British TV (body), with its self-financing cultural fund, would be brought into existence entirely to address this market failure,” Kosminsky wrote in his letter. “Its criterion wouldn’t be profit, it would be excellence. And our culture would be richer for it”

“Wolf Hall: The Mirror and the Light” airs on PBS every Sunday at 9pm ET.

theguardian

Australian media

HBO Max arrives in Australia 10 years after Netflix paved way for TV's radical reshape

Streaming services face more dramatic change as big US entertainment companies and studios continue to join a local industry as stable as a house of cards



Kevin Spacey and Robin Wright in House of Cards

Dan Barrett Fri 21 Mar 2025 15.00 CET

Netflix officially launched in Australia a decade ago. But that isn't when Australia began its relationship with Netflix.

Just as Australia over-performs in areas like sport and science globally, back in the early 2010s we punched above our population weight and led the world in global TV show pirating and setting up dodgy international Netflix accounts. When Netflix officially opened its doors down under on 24 March 2015, many of us were already very familiar with the streaming service.

The launch was two years after Netflix launched its first original series, House of Cards (seen locally on Foxtel, a couple of months after the Netflix premiere), along with Netflix originals like Orange is the New Black, Unbreakable Kimmy Schmidt, Hemlock Grove and Marco Polo.

Hands up anyone who remembers Marco Polo?

In the decade that followed the launch of Netflix in Australia, the local TV industry has been radically reshaped, with more dramatic changes to come over the coming years. While many of these changes can't be attributed entirely to Netflix's presence in Australia, the arrival of Netflix sparked a series of changes that opened the door to new media companies competing with traditional TV channels and shifted viewers' behaviour.

After all, Netflix got viewers to do the one thing that Foxtel always had trouble doing in Australia: it convinced us to start paying for television.

TV is very different now

According to Acma, the number of adults watching free-to-air free-to-air TV has declined from 71% in 2017 to 46% last year. Meanwhile, video streaming subscription streaming service use by adults has increased from 29% in 2017 to 69% in 2024.

With more than 6.2 million Netflix subscribers in Australia alone (including paid and unpaid users), it is evident that streaming services are having an impact on traditional TV viewership.

Back in 2015, when Netflix first launched, local media executives like Shaun James from short-lived streaming service Presto (a joint venture owned by Foxtel and Seven) and then-Stan chief Mike Sneesby would tell media that they didn't see their streaming video products as cannibalising broadcast TV, but rather as an additive – claiming most viewers weren't streaming until after 9pm.

Media reporters were sceptical then and you certainly don't hear current executives try to make similar claims now.

A willingness to pay

It is a fallacy to suggest that in the past we weren't paying for content. Without a second thought we were buying newspapers and magazines, renting out DVDs and VHS tapes, buying CDs and records and all sorts of other physical media. But outside of buying the occasional TV show DVD boxset or the third of Australians who were paying for Foxtel at its peak, Australians weren't comfortable with paying for TV.

Since the launch of Netflix, that has changed. In addition to the ever-escalating price of a monthly Netflix subscription, Australians are now paying money each month for multiple streaming services. In its annual subscription entertainment study, analytics firm Telsyte reported an increase of year-on-year subscribers for all but one of the major streaming services in Australia.

This has flow-on effects. It limits access to quality content for viewers who either cannot afford to pay for streaming services or have trouble with the technology. This disproportionately impacts older Australians.

But then there is also the issue of sport. In Australia major sporting rights are protected by anti-siphoning legislation. Major sporting events and games are first offered to free-to-air broadcasters, but increasingly we are seeing shared deals between networks and pay companies which put sport behind paywalls.

The legislation also isn't keeping up with shifting interests, with women's sport like the AFLW not protected by the anti-siphoning legislation.



Brisbane v Adelaide in the AFLW last year. Photograph: Jason O'Brien/AAP

Pay services are seeing opportunities here. Foxtel launched sport streamer Kayo. Stan now has Stan Sports, which is available for an added fee. Paramount+ and Prime Video are both streaming sport regularly. And Disney+ will launch an ESPN section on its service on 26 March. Australia will be the first English-language market outside the US to add ESPN, with Disney openly saying it may be interested in pursuing sport rights.

Becoming HBO

Back in 2013, Netflix exec Ted Sarandos said in an interview with GQ that the goal for Netflix "is to become HBO faster than HBO can become us". He was expressing the desire to make Netflix into a premium TV destination that could attract top talent working with budgets that offer creative freedoms. Since then, Sarandos has retracted that sentiment.

In an interview with the New York Times last year, Sarandos expanded out this idea to include the likes of CBS and the BBC. His view now is that they want a broader range of quality TV that extends beyond what we consider to be prestige dramas and comedies, to also include reality shows, documentaries, sport, stand-up comedy and more.

There's an interesting symmetry to the fact that just one week after Netflix marks 10 years in Australia, Warner Brothers Discovery is launching the new streaming service Max, which includes all of HBO's programming. The focus of Max is on HBO's prestige dramas and comedies but also includes reality shows, documentaries, stand-up comedy and more.

With Netflix having already become HBO and moved on to a wider audience, it's interesting to now see Max struggling to catch up to become Netflix.



Emilia Clarke in HBO staple Game of Thrones. Photograph: AP

What does the next 10 years look like? Netflix opened a doorway for every major US studio and entertainment company to launch their own streaming services and go direct to consumer. The impact of that in international territories like Australia is that local streaming services, reliant on that pipeline of US and other global content, have been squeezed.

If you are Stan, Binge, SBS on Demand or any other local player, it is now more expensive to buy the remaining content that isn't already exclusive to one of the other streamers. This past year Foxtel (which controls Binge) lost content deals with the BBC and HBO. ESPN's future at Foxtel remains a question mark for the moment. And it's looking down the barrel of a rights deal set to expire with NBCUniversal, which Stan – also facing similar content access concerns – will no doubt make an aggressive play for.

As further contraction in the industry sets in, it is difficult to see a pathway forward for either Foxtel/Binge or Stan without a major strategy change. Foxtel will likely pivot in the direction of sport under new owner Dazn, a European sports broadcaster. But even sport doesn't provide much cover with the internationally owned streamers all flirting with Australian sport rights deals that offer the promise of large-scale international distribution.

Beyond it all is Netflix, which has seen profitability in recent years and a customer base that still has growth, and is making successful forays into live entertainment focused around sport and variety entertainment.

A decade in, the impact of Netflix launching in Australia has been the dramatic decline in traditional TV viewership, Foxtel in retreat and hungry international competitors baying for sport rights. The industry that now exists outside of Netflix's paywalled gates is as structurally safe as a house of cards.

VARIETY

Mar 25, 2025 10:18am PT

Amazon's James Bond Franchise Officially Sets Amy Pascal, David Heyman as Producers of New Film

By **Alex Ritman**



Amy Pascal David Heyman

Amazon MGM Studios have officially confirmed that Amy Pascal and David Heyman have come aboard to produce the studio's upcoming James Bond film.

Pascal will produce the filmvia Pascal Pictures, and Heyman will produce via Heyday Films. Last week, rumors emerged that two were both in talks to board the next 007 feature.

"We are approaching every creative decision with James Bond, which Barbara Broccoli and Michael G. Wilson have so masterfully steered, with the greatest sense of responsibility," said Amazon MGM Studios' Head of Film, Courtenay Valenti.

“Part of an elite group of producers who have developed and managed massive film franchises to box office success and critical acclaim, Amy Pascal and David Heyman are two of the most accomplished, experienced, and respected film producers in our industry. We are honored to be working with them on James Bond’s next chapter and are excited to deliver to global audiences storytelling that upholds the impeccable legacy of this beloved character.”

“James Bond is one of the most iconic characters in the history of cinema,” added Pascal and Heyman. “We are humbled to follow in the footsteps of Barbara Broccoli and Michael Wilson who made so many extraordinary films and honored and excited to keep the spirit of Bond very much alive as he embarks on his next adventure.”

Bond reunites Pascal with Amazon MGM Studios. She is currently in post on the studio’s upcoming Phil Lord and Christopher Miller-directed “Project Hail Mary” and previously produced the Luca Guadagnino-directed “Challengers” Along with Lord and Miller, she is producing the upcoming MGM+ and Prime Video streaming series “Spider-Noir” and upcoming has “Narnia” which Greta Gerwig is directing for Netflix, as well as Noah Baumbach’s “Jay Kelly,” alongside Heyman, also for Netflix.

Heyman, meanwhile, is best known for producing all eight film adaptations of J.K Rowling’s Harry Potter books, as well as the three “Fantastic Beasts” films. Among his other credits are Quentin Tarantino’s “Once Upon a Time… in Hollywood,” Noah Baumbach’s “Marriage Story,” Alfonso Cuarón’s “Gravity,” and Greta Gerwig’s “Barbie” as well as the Paul King-directed “Paddington,” “Paddington 2,” and “Wonka.”

Heyman is currently in pre-production on the Harry Potter television series and in post-production on Taika Waititi’s adaptation of Kazuo Ishiguru’s “Klara and the Sun.”

DEADLINE

NEWS

‘Snow White’: How Controversial Disney Princess Fared In Blue & Red County Cinemas – Box Office

By **Anthony D'Alessandro** March 23, 2025 11:42am



EXCLUSIVE: Heading into the weekend, Disney‘s *Snow White* was being called “Snow Woke” in vitriolic online circles, which begs the question how the movie fared at the box office in the Trumpier areas of a country divided into blue and red states.

The Rachel Zegler-Gal Gadot live action take of the 1937 Disney animated classic bombed at the domestic B.O. with a $43M opening off a $270M production cost (before P&A).

Here’s what we can tell you. ***Snow White,*** per box office analytics corp EntTelligence, minted **60%** of her ticket sales and drew **56.5%** of her total attendance (3.1M admissions) in theaters located in **Blue counties**.

Now, these figures come with an asterisk. It stands to reason that *Snow White*‘s business would be driven by Blue counties simply because the majority of theaters in the U.S. reside in such zones at 53% (as determined by the 2024 Presidential election results) and generate 66.78% of overall movie ticket sales and 63.58% of cinema attendance. Consider that liberal leaning areas like LA, NYC and Chicago are top grossing B.O. markets.

At the same time, per EntTelligence, family and animated movies' tickets sales come from 63% Blue counties and 37% Red counties while their attendance stems from 60% Blue counties and 40% Red counties.



Gal Gadot in 'Snow White' Walt Disney Studios

That means that *Snow White* with **40%** ticket sales and **43.5%** admissions from Red county-based cinemas overindexed in such locations. Further supporting this: *Snow White* overperformed in Latino and Hispanic markets like Dallas, San Antonio and Phoenix. The Marc Webb directed, Marc Platt produced feature musical pulled in an overall hefty 30% Latino/Hispanic crowd behind 43% Caucasian.

That's an interesting stat considering the uproar during early production over Zegler's casting in the title role and her pushback against such trolls, writing "yes i am snow white no i am not bleaching my skin for the role (sic)." The *West Side Story* actress also blasted the newly-elected POTUS after his win over former VP Kamala Harris, writing "F*ck Donald Trump" and "May Trump supporters and Trump voters and Trump himself never know peace." That prompted a swift kick from Megyn Kelly and her pals on the *Ruthless* podcast ("There's something wrong with this person," said Kelly back in November about Zegler) with the actress then apologizing for her opinions.

As we told you, 21% bought tickets to *Snow White* per Screen Engine/Comscore's PostTrak because of Zegler and Gadot versus the 34% who bought tickets to *Wicked* because it starred Ariana Grande and Cynthia Erivo.

Despite Disney's attempt to put its best foot forward with diversity in the casting of *Snow White*, the movie's release comes at a time when many corporations, including Disney, are rolling back their DEI initiatives and policies out of fear of the Trump administration. FCC Chairman Brendan Carr said before the weekend that company mergers could be blocked by the government due to their DEI policies.

"There was no red theater blockade due to any perceived controversies with *Snow White*," said EntTelligence Chief Strategy Officer Steve Buck, "In fact the opposite, theaters in Red counties performed better than they would normally for a family/animated film of this size and scope."

While we can't deny that the Zegler and dwarves' controversy didn't impact *Snow White*, its ceiling at the box office can also be attributed to the fact that there's a lack of demand for older Disney IP, not to mention there wasn't a crossover audience for the film. EntTelligence says 28% of the audience was under 13 for *Snow White* compared to say *Barbie* which pulled 14% under 13 on its opening weekend.

At the same time with all of this, box office sources — not just Disney — affirm that *Snow White* played evenly across the country. The highest-grossing cinema for the pic was in a Red State: The AMC Disney Springs in Lake Buena Vista, FL which has collected $135K through yesterday. Of course, that's in the heart of Disney's Orlando outpost.

While a prince's kiss isn't expected to revive *Snow White* at the box office, parents and young girls could give her a little lift in a barren spring break marketplace.

Qué debe hacer Uruguay para consolidar su industria, según las productoras locales



'Barrabrava' es una de las múltiples producciones internacionales rodadas en Uruguay

Si Uruguay quiere mantener su creciente capacidad de atraer producciones audiovisuales internacionales, el nuevo gobierno debe continuar el trabajo conjunto con el sector privado, coincidieron productoras locales.

"Venimos de años de crecimiento bastante rápido pero firme. Y eso ha sido gracias a un trabajo público-privado. Yo desearía que el sector se consolide", dijo la ex Salado Mariana Secco, en el marco de Uruguay Media Show.

El evento tuvo lugar la semana pasada en Montevideo, días después de que el partido de izquierda Frente Amplio asumiera la presidencia del país tras un quinquenio al mando de una coalición de centroderecha.

"Creo que las nuevas autoridades han demostrado su voluntad de seguir con la línea que tenía el gobierno anterior y también los previos, y que entienden muy bien la importancia que tiene el sector audiovisual y lo que quiere decir la economía creativa", agregó Secco, quien aplaudió el nombramiento de Gisella Previtali en la presidencia de la Agencia del Cine y el Audiovisual.

Es que Uruguay ha visto explotar su sector audiovisual en los últimos años, en gran medida gracias a los incentivos económicos otorgados por el Programa Uruguay Audiovisual (PUA) lanzado en 2019, que junto con una buena gestión de la pandemia de Covid hicieron dispararse el volumen de producciones filmadas en el territorio.

En el panel, las productoras destacaron las ventajas que Uruguay ofrece a los productores internacionales más allá de la exoneración del IVA y del cash rebate del PUA, que reembolsa hasta el 25% del gasto elegible realizado en el país.

"Somos poquitos y nos conocemos, lo que hace muy fácil acceder a las estructuras de poder y conseguir que se destraben cosas", resumió Cecilia Mato, quien desde este año encabeza Navajo Charrúa, la nueva filial uruguaya de la productora argentina Navajo Films ('Porno y helado').



Mariana Secco, Natacha Cervi, Cecilia Mato y el moderador Fabricio Ferrara

"Lo que en otro lado del mundo filmás en cinco semanas acá lo podés hacer en cuatro, y eso se traduce no solo en el plan de rodaje y el presupuesto, sino también en dar a los directores una mayor libertad creativa para probar cosas diferentes, para que el set sea menos hostil", opinó Mato. "Parece poético, pero yo creo que se traduce en la pantalla".

Según Secco, quien acumula casi dos décadas produciendo sobre todo películas, lo más importante es la seguridad legal y financiera que Uruguay garantiza a los socios extranjeros.

"Acá cuando te dicen que sí, es un sí. Los productores internacionales, y sobre todo los americanos, tienen mucha desconfianza en estas culturas latinoamericanas o no las terminan de entender. Una vez tenía que filmar una fiesta con 200 personas y el productor americano me preguntó: ¿pero vos conseguís 200 personas blancas acá? No sabía dónde estaba".

A pesar de que sus 3,3 millones de habitantes limitan el crecimiento de la producción local, Uruguay viene demostrando tener también un músculo creativo del que pueden nacer historias capaces de viajar, como la serie 'Barrabrava', producida por Cimarrón.

A la hora de decidir en qué contenidos apostar, el peligro está en seguir patrones cuando el consumo es tan rápido, "de *scrolleo*", en palabras de Natacha Cervi, productora en la argentina About Entertainment, que en 2024 abrió también una sede en Uruguay.

"El medio audiovisual es contradictorio: es muy dinámico para las tendencias de productos -que aclaro que es una palabra que odio-, pero a la vez muy lento para que esos productos se elaboren", dijo Cervi, y puso como ejemplo los cinco años que dedicó About a sacar adelante la serie 'Cromañón', estrenada el año pasado en Prime Video.

"Nada te asegura que siguiendo una fórmula que vienen siguiendo otros la vas a pegar. Por eso lo más interesante sigue siendo ser original. Me gustaría que volvamos a los contenidos originales, que haya más diversidad, más pluralidad. Que no esté todo tan marcado por el algoritmo, porque al final son muy pocos los que deciden lo que vemos millones", añadió.

"Más que original, genuino", matizó Secco. "Historias que uno pueda contar desde el corazón y que se sienta cómodo con ellas. Eso, pero manteniendo bajos presupuestos y sin mermar la calidad".

Ante la avalancha de la *creator economy* y su capacidad de conectar con las audiencias jóvenes, tan esquivas al modelo de producción tradicional, las tres productoras reconocieron estar manteniendo una postura abierta.



La serie de comedia argentina 'Porno y helado' se rodó en Uruguay

About Entertainment, por ejemplo, viene de producir el cortometraje 'Papota', dirigido por Martín Piroyansky ('Porno y helado') y centrado en Ca7riel y Paco Amoroso, dúo argentino de música urbana. El resultado es una pieza musical y de humor absurdo de difícil clasificación.

"Para nosotros fue preguntarnos: ¿por qué no? Creo que lo mejor que puede hacer un productor hoy es adaptarse y estar abierto a cosas. Lo que viene es: no sé. Pero eso es bueno también", sostuvo Cervi.

Mato reveló que Navajo está desarrollando una serie con "un youtuber uruguayo con 60 millones de seguidores", pero admitió sin embargo no tener claro que esa audiencia luego se traducirá a la pantalla de TV.

De acuerdo con Secco, la democratización de las herramientas de producción y distribución audiovisual ha generado un nuevo campo de juego donde todos están en igualdad de condiciones.

"No importa que nosotras tengamos 20 años de experiencia. Puede venir un chico recién salido de facultad que sube su contenido a YouTube y nos da vuelta como una media. Si hoy alguien tiene una buena idea y está bien realizada, bien montada, tiene una estrategia de lanzamiento y de comunicación y de todo lo demás que incluye la vida *long tail*, estamos todos al mismo nivel".

Y si a esta ecuación se suma el componente de la inteligencia artificial, el reto de ponerse al día solo aumentará.

"Los productores independientes de toda la vida no sabemos sobre los softwares de inteligencia artificial. Pero me parece que no nos corresponde a nosotros emprender todo eso, porque ya estamos en otro lado", dijo Secco.

"Tenemos que rodearnos de gente que sí sabe para que nos guíe y nos explique qué herramientas y procesos nos van a ayudar. Necesitamos sangre nueva que nos enseñe y así podremos innovar juntos", completó.

Pina Mezzera

25-03-2025

©cveintiuno

WATERPOLO

De la conjura del Veleta al "¡por fin!" de La Défense: las campeonas 'eternas'

Movistar Plus+ estrenó este lunes un Informe Plus+ dedicado al oro olímpico de la Selección femenina de waterpolo. Las jugadoras asistieron a su première, en Barcelona.



Iván Molero Actualizado a 25 de marzo de 2025 09:30 CET

Todas han participado en el documental. Y, salvo la ausencia obligada de Anni Espar, quien lleva unos meses en Australia, también todas asistieron este lunes por la tarde en el Movistar Centre de Barcelona a su première, unas horas antes de su estreno televisivo en la plataforma, junto al director de Informe Plus+, Luis Fermoso, y José Luis de la Osa, director de esta entrega acertadamente titulada 'Eternas'. Ellas son Laura Ester, Martina Terré, Paula Camus, Paula Crespí, Judith Forca, Maica García, Paula Leitón, Bea Ortiz, Pili Peña, Nona Pérez, Isabel Piralkova y Elena Ruiz. Para siempre, las Guerreras del Oro.

Recoge el documental el camino de una generación irrepetible, y todas las quintas que se han ido añadiendo, desde que Miki Oca tomó las riendas de la Selección española femenina de waterpolo, en 2010, y hasta subir el pasado verano a lo más alto del podio olímpico, en París 2024. Pero sobre todo se centra en esa guinda de la triple corona que conforman Europeo, Mundial y Juegos.

En cómo se fraguó, partiendo de la ascensión al Pico Veleta, durante su concentración en el CAR de Sierra Nevada la segunda quincena de junio, que las empoderó como grupo, como familia, y siguiendo ya en París por capítulos a flor de piel como los ojos vidriosos de las jugadoras cuando sonó La Marsellesa en el Centro Acuático de Saint Denis, el día que derribaron el muro psicológico de Estados Unidos o la cuenta pendiente con Holanda y con esos penaltis que las atormentaban desde Fukuoka 2023, con la valentía de Bea Ortiz para asumir el primer tiro.



xÏ ☙ ĭ╗Ï ×Ï ☙¾⅛╗F┘⅁Ï ┘⅁Ì ĕ╗ŏ Ï ┘☙¾ Ï ĭŏÏ ┘┘┘

Precisamente cada uno de esos pasajes encierra sus intrahistorias. La mirada de Martina Terré fija en sus rivales, para amedrentarlas, la ciática de Judith Forca que casi le impedía incorporarse, el retorno de Paula Crespí tras el año sabático como internacional que se tomó tras el desengaño de Tokio 2020 o las lágrimas de Maica García en un autocar donde atronaba el silencio camino de la final, ante Australia. Y ese “¡por fin!” de Laura Ester desde el banquillo cuando el oro ya no se podía escapar.

Y, como no se trata de un cuento de hadas sino de un documental fiel a la realidad, también se trata en este ‘Eternas’ el lamentable acoso que inmediatamente después de la gesta olímpica recibió Paula Leitón en las redes sociales a cuenta de su físico. O el paso de la gloria al día a día del waterpolo en España, de los 18.000 espectadores ante los que se encumbraron en La Défense Arena al centenar, en el mejor de los casos, que acuden a verlas en cualquier partido de División de Honor, incluso de Champions. Y también la necesidad de prepararse para el mundo laboral en que deberán encajar tras la retirada.



Anni Espar, Paula Crespí, Paula Camus, Isa Piralkova, Elena Ruiz, Martina Terré, Judith Forca, Maica García, Pili Peña, Paula Leitón, Laura Ester, Bea Ortiz y Nona Pérez, en una imagen promocional de 'Eternas'. Movistar Plus+

∂ τ ك╖ ك×¾ك╖ ╖ك×Ï □

“Es muy guay ver cómo cada una de nosotras lo vivió a su manera, cómo demostramos que somos un equipo muy humano que nos juntamos para disfrutar del waterpolo y enseñárselo al mundo”, comentó tras la proyección del documental Martina Terré. Y apostilló Bea Ortiz: “Sufrimos, disfrutamos y aprendimos todas a una, juntas”.

Consideró Pili Peña que “la palabra ‘Eternas’ es muy bonita, engloba perfectamente lo difícil que es mantenerse ahí arriba tanto tiempo”. “Aquí hay un equipazo y waterpolo para mucho tiempo”, añadió. “Quiero seguir disfrutando de este oro, repetiría”, terció Maica Ortiz, quien indicó que “fueron demasiadas emociones en las dos semanas de París, que van a ser de por vida”.

“Somos referentes dentro del agua, por todo lo que hemos conseguido y se va a conseguir, pero sobre todo por los valores que transmitimos a todas las niñas y niños a las que servimos de espejo. Estos Juegos nos han dado muchas más cosas que una medalla de oro”, reflexionó Paula Leitón.



Luis Fermoso, José Luis de la Osa, Pili Peña, Maica García y Paula Leitón. Rodolfo Molina

EГ¦Ï ¦ Ï ů¦ Ï ðÏ ¦ Ï ¦ Г¾

Y un paso más allá fue Paula Crespí: “Fue un hito, pero no puedes quedarte ahí toda la vida. Ser campeona olímpica te da confianza como bloque, pero cada una tiene sus propios demonios y debes seguir respetando a las rivales, al deporte, y recordar que no debes dejar de trabajar nunca”.



Reconoció Luis Fermoso que en los 18 años de Informe (primero Robinson, luego Plus+), este es uno de los más “emotivos”, y aseguró que “Michael (Robinson) estaría orgulloso de que pusiéramos en pantalla una historia como ‘Eternas’, por el éxito deportivo y por lo que trasciende del deporte”. A lo que José Luis de la Osa añadió que la historia surgió en un almuerzo con Miki Oca, quien le dio el teléfono de una Pili Peña que se convirtió en coordinadora improvisada de las entrevistas, ya que el exseleccionador tuvo claro que “son ellas quienes deben contar la historia”.

Eτ ◘ň×ńÏ ك¾ŧ̄xÏ ك Ï ╦¾ΠÏ ˝ك¾ŧ̄╦Ï τ ðńÏ

La puntilla la puso la reivindicación de Laura Ester: “Igual que envidiamos ‘La Marsellesa’, también siento envidia por un país como Francia que es muy polideportivo, que no es fútbol los 365 días del año. Vivimos en un país en que es muy difícil cambiar la mentalidad de solo fútbol, pero seguiremos dando guerra”.

CINECONÑ

EN MOVISTAR PLUS+

Un español en la Guerra de Ucrania: el 3 de abril se estrena el documental 'Mercenario'

Juanma Arizmendi dirige esta película directa a streaming que cuenta las experiencias en primera persona de Joan Estévez, alias 'Espinosa', combatiente y adiestrador español contra la invasión rusa de Ucrania



25 de marzo, 2025 **Redacción Cine con Ñ**

El 3 de abril se estrena en Movistar Plus+ Mercenario, documental sobre Joan Estévez, alias 'Espinosa', mercenario español de élite y adiestrador que ha combatido en la Guerra de Ucrania entrenado desde España a otros futuros combatientes. La película, dirigida por Juanma Arizmendi a partir de una idea de la periodista Anna Surinyach, cuenta las experiencias de Estévez en el frente y el difícil regreso a la normalidad, en ocasiones a partir de imágenes grabadas por él mismo con su cámara particular desde las trincheras.

El propio 'Espinosa' ha explicado que «este documental nace de la amistad entre dos amigos de infancia, Anna Surinyach y yo. Anna fue un gran apoyo psicológico en mis primeros meses en el frente. En ella encontré a una amiga, que además como profesional sabía bien lo que era un escenario de guerra. Para mí fue encontrar una persona que no solo me quería y se preocupaba por mí y mi situación, sino que, además, entendía las pesadillas o conflictos que se formaban en mi cabeza.

Cuando empezó a escuchar desde mi punto de vista lo que se vivía en la primera línea, fue cuando se dio cuenta de que aquí había una historia que contar al mundo, una historia que iba mucho más lejos de las crónicas de los telediarios y la geopolítica. Una historia humana que a la vez se podía ramificar en mil historias más«.

Por su parte parte, Juanma Arizmendi recuerda como le mostraron un primer video-selfie de 'Espinosa' desde el frente: «Generaba un montón de preguntas. ¿Quién es este tipo? ¿Cómo ha acabado en Ucrania? ¿Cómo funciona esto de los mercenarios? ¿Cómo se vive la guerra desde la primera línea? ¿Cuáles son las secuelas? Durante casi dos años hemos seguido a Joan, una persona magnética, compleja, herida, que nos ha dado acceso total, íntimo, tanto a la experiencia bélica como a su intento de adaptarse a la vida civil. Esta historia es un regalo, pero a la vez ha puesto a prueba mis convicciones y mis prejuicios, mi empatía y también el temple y la capacidad de adaptación a los imprevistos. Es difícil gestionar a Joan, pero ser Joan, en este periodo se su vida, es mucho más difícil».



Mercenario está escrita por los propios Anna Surinyach y Juanma Arizmendi junto a Ignacio Acconcia y Marçal Cebrián (que acaba de ganar la Biznaga de Plata al Mejor Guion en el Festival de Málaga por la película Los tortuga).

Mercenario cuenta con dirección de fotografía de Marc Parramon Bori, Aleix Mateu y Guillem Valle; música original de Maite Arroitajauregi (Mursego) y Jon Aguirrezabalaga; diseño de sonido de Fabiola Ordoyo, y edición de Bernat de Ferrer (AMMAC), Jaume Patrís y Victor Xavier Monzó. Gilbert Arroyo, Lola Clemente y Amparo Castellano son los productores ejecutivos y Eva Peris, Annie Montero y Claudia Calviño las directoras de producción.

Sinopsis de Mercenario

Espinosa es un mercenario español que narra en primera persona su experiencia combatiendo en Ucrania. Un testimonio único, a pie de trinchera, de un joven que lo tenía todo para ser el rey del Valle de Arán.

Durante casi dos años, el documental sigue a este combatiente formado en unidades de élite del ejército español y la legión extranjera francesa, que destaca entre los soldados extranjeros que intentan contener la invasión rusa. Su historia es una ventana al negocio y al horror de la guerra y también a los efectos del estrés postraumático. Su verdadera batalla comienza cuando vuelve a casa para intentar rehacer la vida que dejó atrás.

AQUÍtv

‘Mercenario’, la impactante historia en primera persona de un combatiente español en Ucrania, se estrena en Movistar Plus+ el 3 de abril



- **‘Mercenario’ narra la experiencia en las trincheras de Ucrania del combatiente Joan Estévez**
- **El documental muestra grabaciones en el frente inéditas y sobrecogedoras, y ofrece al espectador un acceso exclusivo a las tripas de la guerr**
- **‘Mercenario’ es una película original de no ficción Movistar Plus+ en colaboración con THE MEDIAPRO STUDIO**

Espinosa es un mercenario español que narra en primera persona su experiencia combatiendo en Ucrania. Un testimonio único, a pie de trinchera, de un joven que lo tenía todo para ser el rey del Valle de Arán. Durante casi dos años, el documental sigue a este combatiente formado en unidades de élite del ejército español y la legión extranjera francesa, que destaca entre los soldados extranjeros que intentan contener la invasión rusa. Su historia es una ventana al negocio y al horror de la guerra y también a los efectos del estrés postraumático. Su verdadera batalla comienza cuando vuelve a casa para intentar rehacer la vida que dejó atrás.

Las claves

- Joan Estévez, conocido como Espinosa, es un mercenario español de élite que ha combatido en Ucrania y forma en España a otros combatientes. En 'Mercenario' narra su experiencia en el frente y sus dificultades para gestionar lo vivido al volver a casa
- Estévez, animado por la periodista Anna Surinyach, una de las creadoras del documental, grabó con su cámara imágenes desde primera línea de combate.
- La película está escrita por Anna Surinyach, Juanma Arizmendi, Ignacio Acconcia y Marçal Cebrián (que acaba de ganar la Biznaga de Plata al Mejor Guion en el Festival de Málaga por la película 'Los tortuga').
- 'Mercenario' se estrena en Movistar Plus+ el jueves 3 de abril.



Joan Estévez 'Espinosa'

"Este documental nace de la amistad entre dos amigos de infancia, Anna Surinyach y yo, Joan Estévez, o también conocido como Espinosa, quien dejó una vida atrás para irse a combatir a la Guerra de Ucrania. Anna fue un gran apoyo psicológico en mis primeros meses en el frente. En ella encontré a una amiga, que además como profesional sabía bien lo que era un escenario de guerra. Para mí fue encontrar una persona que no solo me quería y se preocupaba por mí y mi situación, sino que, además, entendía las pesadillas o conflictos que se formaban en mi cabeza. Cuando empezó a escuchar desde mi punto de vista lo que se vivía en la primera línea, fue cuando se dio cuenta de que aquí había una historia que contar al mundo, una historia que iba mucho más lejos de las crónicas de los telediarios y la geopolítica. Una historia humana que a la vez se podía ramificar en mil historias más".

Juanma Arizmendi, director

“Hace casi dos años, Gilbert Arroyo, productor ejecutivo de The Mediapro Studio en Barcelona, me mostró un vídeo selfie de un soldado español en una trinchera de Ucrania que se despedía de la familia en medio de un ataque del enemigo. Mientras me explotaba la cabeza, Gilbert soltó un “haremos este documental”, con tanto aplomo como -ahora lo sé- inconsciencia. El vídeo de la trinchera generaba un montón de preguntas. ¿Quién es este tipo? ¿Cómo ha acabado en Ucrania? ¿Cómo funciona esto de los mercenarios? ¿Cómo se vive la guerra desde la primera línea? ¿Cuáles son las secuelas? Durante casi dos años hemos seguido a Joan, una persona magnética, compleja, herida, que nos ha dado acceso total, íntimo, tanto a la experiencia bélica como a su intento de adaptarse a la vida civil. Esta historia es un regalo, pero a la vez ha puesto a prueba mis convicciones y mis prejuicios, mi empatía y también el temple y la capacidad de adaptación a los imprevistos. Es difícil gestionar a Joan, pero ser Joan, en este periodo se su vida, es mucho más difícil”.

Jorge Ortiz de Landázuri, productor ejecutivo de Movistar Plus+

“En nuestros *Originales de no ficción* de Movistar Plus+, buscamos comprender los desafíos de la sociedad contemporánea a través de historias cercanas, auténticas y humanas. ‘Mercenario’ es un documental que se adentra en las entrañas de los conflictos bélicos del siglo XXI, explorando el mundo desconocido de las empresas militares privadas y los mercenarios modernos. A través de la historia de Joan Estévez, se presenta un retrato íntimo en el que se entremezclan el dolor personal, el trauma, la muerte, la inadaptación y la devastación emocional que conlleva este oficio. Desde una perspectiva personal e inédita, el documental nos transporta a las trincheras modernas, donde los límites entre la guerra, el negocio y la moral se difuminan. Mediante las historias de aquellos que operan en las sombras, se revela cómo la privatización de la seguridad y los avances tecnológicos están reconfigurando los conflictos globales. En un mundo donde la intervención militar ya no depende exclusivamente de los estados, ‘Mercenario’ pone en evidencia el desconcierto, la desazón y el descontrol que domina una sociedad cada vez más alejada de la realidad de la guerra. Al mismo tiempo, nos invita a cuestionarnos quién controla realmente el destino del mundo”.

Gilbert Arroyo, productor ejecutivo de THE MEDIAPRO STUDIO

“El 24 de febrero de 2022 un discurso de Vladimir Putin marca el inicio de la invasión rusa en Ucrania. Desconozco qué hacía ese mismo día Joan Estévez, el protagonista del largometraje documental que producimos para Movistar Plus+, pero dudo que estuviera relacionado con el conflicto. Meses después Joan se jugará la vida en el frente para defender la soberanía de un país que no es el suyo, con unos compañeros de batallón completamente desconocidos y en unas condiciones tan extremas que aún hoy le provocan pesadillas y ataques de angustia. El documental sigue los bandazos de la vida de este soldado en uno de los frentes suicidas de Ucrania y su imposible retorno

a la vida civil. Seguir este proceso ha sido complejo y nuestra suerte ha sido compartir el trabajo con el equipo de Movistar Plus+, especialmente con Jorge Ortiz de Landázuri, Marijo Larrañaga y Deborah Chacón. Trabajar juntos ha sido determinante. Por eso espero que este documental tenga una vida larga, para que llegue a todas las personas que en algún momento pensaron que la guerra es el cenit de una carrera militar. Quizás descubran, como yo, que en realidad es el acto final de un largo camino de deshumanización colectiva construido con la participación de estados y organizaciones multinacionales".

Fotogramas

PAÍS: España
PÁGINAS: 135
AVE: 10800 €
ÁREA: 544 CM² - 100%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 20753
OTS: 658000
SECCIÓN: REVISTA

1 Marzo, 2025



JAMES NORTON

UN HOMBRE BUENO

De psicópata en 'Happy Valley' a entregado marido y padre que descubre que el niño al que adora no es su hijo en 'Dos familias'. El actor británico cambia de registro con este thriller psicológico, en el que también ejerce de productor.

Inolvidable en la piel del abominable Tommy Lee Royce de *Happy Valley*, el actor regresa a las series con esta de cuatro capítulos, basada en la novela *Playing Nice* (2020), de J.P. Delaney, la primera que produce a través de Rabbit Track Pictures, empresa que fundó con Kitty Kaletsky en 2019. En España hemos podido ver la primera y, de momento, única película de la productora, *Agente oculto* (2022), en la que Norton es un estafador.

1. El gancho. *Kitty insistió en que leyera* Playing Nice, *la novela de J.P. Delaney. La historia era impactante, dos parejas que descubren que su hijo, al que han criado, fue intercambiado al nacer. Me atrapó la idea de plantear al espectador qué haría si descubriera que su hijo no es suyo. En la serie hay cuatro personas que reaccionan de forma muy diferente.*

2. El malo o el bueno. *En vez de Pete, la idea era que yo fuera Miles, el otro padre, un personaje fascinante con muchas capas, pero venía de hacer villanos y me apetecía interpretar a un tipo corriente, que cae bien, que huye de los conflictos, nada ambicioso y que deja su trabajo, en el que no destaca, para ocuparse de su hijo, en lo que sí es bueno, y su gran sueño. Era muy atractivo colocar a alguien así en una situación tan horrible. La noticia del intercambio lo destroza.*

3. Sobre las olas. *Trasladamos la historia de Londres a Cornualles, porque el mar, los acantalidados y la naturaleza le daban la melancolía, la belleza y el misterio necesarios. Como mi personaje surfea, por suerte no bien, tomé clases, y sigo haciéndolo porque me encanta.*

4. Actuar y producir. *Ha sido un reto y un bautismo de fuego, porque este proyecto fue el primero, nos ha llevado años. Estar pendiente de todo enseña mucho. Como actor, entras más tarde en el proyecto y solo eres responsable de una pincelada de todo el lienzo.*

5. Mimar al personaje. *No siento que mi interpretación se haya visto afectada por mi doble trabajo, quizá he podido dedicarle menos tiempo a Pete, pero es un personaje muy cercano a mí, he confiado más en el instinto, y eso no es negativo.* ◆

ESTRENO: 22 MARZO EN MOVISTAR PLUS+



"ME APETECÍA INTERPRETAR A UN TIPO CORRIENTE, NADA AMBICIOSO, QUE HUYE DE LOS CONFLICTOS Y COLOCARLO EN UNA SITUACIÓN HORRIBLE".

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 62
AVE: 24918 €
ÁREA: 289 CM² - 54%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 51373
OTS: 134000
SECCIÓN: COMUNICACION

22 Marzo, 2025



«Dos familias»: cuando el mal es un juego de niños

Movistar Plus+ estrena hoy esta miniserie de cuatro episodios, basada en el «bestseller» de J. P. Delaney «La chica de antes»

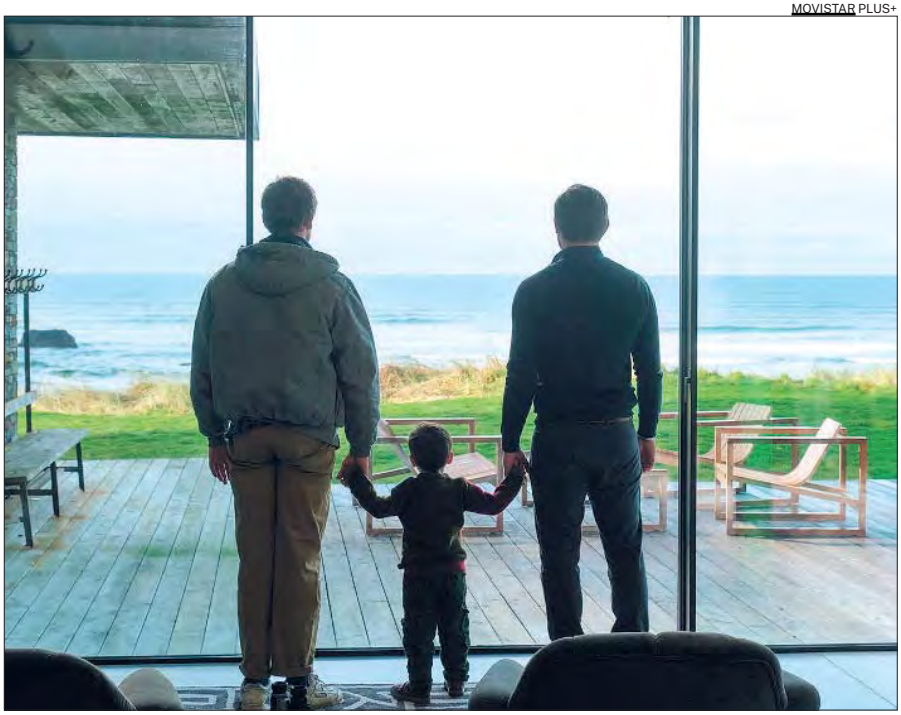
Luis. R. Camero. MADRID

En la idílica Cornualles, la pareja formada por Peter y Maddie juega con su hijo Theo sin preocuparse de la terrible noticia que recibirán poco después. El hospital donde ella dio a luz les reúne en una sala para informarles de que «debido a un imperdonable error» Theo no es su hijo biológico: se fueron del hospital con un niño que no era suyo y la otra familia cometió el mismo error. Así arranca «Dos familias («Playing Nice») serie que estrena hoy Movistar Plus+ con cuatro episodios ya disponibles.

David y Theo

Esta miniserie, dirigida por Kate Hewitt, con guion de Grace Ofori-Attah, está basada en el libro de J. P. Delaney («La chica de antes») que combina drama y thriller psicológico en un potente «betseller». El punto de partida es bastante desgarrador y nos anticipa algo de lo que vamos a encontrar en el metraje. En seguida suben las apuestas. Peter, interpretado por James Norton, y Maddie (Niamh Algar) viven en una nube con él quedándose en casa para cuidar de Theo mientras busca trabajo de periodista, y ella dedicada por entero a su propio restaurante. Ahora tienen que plantearse la difícil decisión de si mantener su vida con el hijo que han criado o hacer frente a su vida con un niño desconocido. Pero las respuestas llegan antes de lo previsto, al mismo tiempo que los previsibles avisos de quiénes son la otra pareja. Miles Lambert, con James McArdle en el papel, llama al timbre sin que nadie se cuestione cómo ha encontrado la casa y se presenta como «el otro papá». La pareja aceptará extrañada una visita a la casa de los Lambert, una lujosa mansión donde les recibe la anfitriona y esposa del rico arquitecto Miles, Lucy (Jessica Brown Findlay).

MOVISTAR PLUS+



Las sospechas deberían haber despertado el primer día que Miles llamó al timbre: «Hola, soy el otro papá»

Pero lo que parecía un acuerdo verbal para quedarse cada uno con su error y compartir tiempo con sus verdaderos hijos biológicos enseguida se convierte en una pesadilla. Peter consigue un trabajo y cuidar de Theo despierta los primeros roces. De manera casi invisible Miles va tejiendo una intrincada red de engaños, sospechas y mentiras que desesperarán incluso al espectador al otro lado de la televisión que querrá lanzarle algo a su recortada y cuidada barba. Es cierto que muchas de las situaciones son bastante previsibles e incluso hay un vago intento de hacer parecer que la serie tiene la profundidad de otras que presentan tan claramente a un personaje con una personalidad sociópata. Sus caras, sus falsas lágrimas y su manera de retorcer la realidad y la verdad son casi chistosas. También el papel de Lucy es el de la mujer asfixiada en una relación tóxica con un macho alfa que hace y deshace y no permite que nadie le tosa. Hay muchos tintes de «La mano que mece la cuna». No ayuda que la personalidad de Peter sea poco más que la de un trapo, salvo algún atisbo de violencia que no hace sino acrecentar la causa para que Miles se quede con ambos niños, Theo y el que se llevaron, David. Es desesperante como Maddie y su marido caen una y otra vez en las malas artes de «el otro padre».

Lo que parecía un acuerdo para compartir tiempo con sus hijos se convierte en pesadilla

La serie no consigue ahondar lo suficiente en lo que hubiera sido interesante tratar. Una igualdad en los cuatro progenitores podría mostrarnos algo más de la miseria humana con niños de por medio, pero sólo son excusas de la trama. Con un par de personajes pintados más inteligentemente podría haber algo de satisfacción cada vez que Miles se equivoca, porque resistencia no encuentra hasta el previsible y trágico final. Pronto el thriller se impone a todo aprovechando los paisajes y situaciones de tensión. Desgraciadamente las mujeres sólo se muestran tristes y vuelve a resurgir Miles el malo, el único listo, rico, y el que más se divierte con todo esto. La miniserie se descontrola hacia situaciones imposibles y que solo reza para que llegue a un desenlace que nos permita pasar a la siguiente, porque series de televisión cortadas por un patrón superventas hay muchas.

MOVISTAR PLUS+



DOS FAMILIAS
Estreno
22 DE MARZO en
M+

ESTE NO ES MI HIJO

JAMES NORTON ('HAPPY VALLEY') PROTAGONIZA Y PRODUCE 'DOS FAMILIAS', MINISERIE DE CUATRO EPISODIOS QUE SE PREGUNTA QUÉ PREVALECE: EL AFECTO O LA SANGRE.

Por Irene Crespo

Te quedarías a tu hijo, al que has criado, si te enteraras de que te lo cambiaron en el hospital al nacer?", pregunta directamente el actor James Norton. "Creo que la serie presenta un debate muy cercano, que todos nos plantearíamos si nos viéramos en esa horrible situación. Si yo descubriera, a la edad que fuera, que mis padres no son mis propios padres, sería terrible y traumático y confuso. Así que descubrir que tu hijo no es tu hijo creo que es un trauma universal y reconocible que la gente puede imaginar". Precisamente, fue esta premisa la que atrajo al actor de *Mujercitas* para producir y protagonizar esta adaptación de la novela superventas de JP Delaney. Además, después de ser considerado el monstruo número uno de Inglaterra (por su papel en *Happy Valley*), tenía ganas de ser, por fin, "un tipo corriente" y, a través de Pete, su personaje, un padre dedicado a la crianza, "podía reflexionar sobre la masculinidad moderna y el rol del hombre a día de hoy".

Junto a Norton, están Niamh Algar *(Mary & George)*, como su esposa, y la otra pareja, interpretada por James McArdle *(Mare of Easttown)* y Jessica Brown Findlay *(Black Mirror)*, los cuatro intentarán ser amables *(Playing Nice* se titula en inglés) ante la situación.



MISS AUSTEN
Estreno
6 DE MARZO en
M+

AMOR DE HERMANAS

LA MINISERIE DE LA BBC ONE, 'MISS AUSTEN', EXAMINA (Y REIMAGINA) LA RELACIÓN ENTRE JANE Y CASSANDRA.

En 2025 se celebra el 250 aniversario de Jane Austen. Inglaterra tiene ya toda una serie de eventos, exposiciones y conferencias en torno a la novelista, cuyas obras no sólo han llegado a la actualidad sino que lo han hecho increíblemente vivas (que se lo pregunten si no a Shonda Rhimes y su universo Bridgerton).

Para arrancar tan señalado año qué mejor que una nueva miniserie dedicada a la escritora, pero, eso sí, desde un ángulo totalmente novedoso en pantalla. Adaptación de la historia real novelada por Gill Hornby, intenta explicar las razones de por qué Cassandra Austen quemó las cartas de su conocida hermana, Jane, tras su muerte. "Me interesaba hacer algo sobre amor en general", explicaba en *The Hollywood Reporter*, Keeley Hawes *(Bodyguard)*, que interpreta a Cassandra e inmediatamente aceptó el proyecto. "Y esta es una historia de amor entre hermanas, de amor romántico, de amor no correspondido. Y en este momento que vivimos, creo que es algo que todos queremos sentarnos a ver". Creciendo juntas las hermanas Austen se dieron cuenta pronto del talento de Jane, "pero sólo había generosidad entre ellas, nada de rivalidad, más allá de algunos puntos de tensión", contaba Hawes. La serie también se centra en la relación entre Cassandra y su sobrina Isabella (Rose Leslie, *Downton Abbey)*, que está a punto de quedarse sin casa.

© BBC Studios (2024)

Acción!

1 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 114
AVE: 1392 €
ÁREA: 35 CM² - 24%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 7580
OTS: 57000
SECCIÓN: MAGAZINE





DOS FAMILIAS

Movistar Plus+ nos trae el 20 de marzo la miniserie británica *Dos familias*, una mezcla de drama y *thriller* psicológico en torno a un tema peculiar, pero que ha visto casos reales similares en todo el mundo. Coprotagonizada por James Norton, Niamh Algar, James McArdle y Jessica Brown Findlay, la trama explora el encuentro entre dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados por error al nacer y han estado criando al hijo de la otra pareja. Una situación que lleva a una serie de preguntas y dilemas morales en torno a qué hacer a continuación, si seguir criando al hijo que consideraban suyo o reclamar a su hijo biológico. Aunque todos parecen estar de acuerdo inicialmente, la situación se complica cuando aparecen oscuras motivaciones y los protagonistas deberán decidir qué hacer por mantener unida a su familia.

Supertele

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 1326 €
ÁREA: 23 CM² - 22%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 39552
OTS: 72000
SECCIÓN: MAGAZINE

22 Marzo, 2025



'Dos familias'

Miniserie basada en el libro de J.P. Delaney, 'La chica de antes'



Miniserie británica ambientada en el bucólico condado de Cornualles y que narra la pesadilla de dos pareja. Interpretada por **James Norton, Niamh Algar, James McArdle y Jessica Brown Findlay**, este intenso drama nos presentan a Pete y Maddie, una pareja que vive una vida tranquila y feliz junto a su pequeño hijo de dos años, Theo, en un encantador pueblo costero. Sin embargo, su mundo se desmorona cuando reciben una inesperada noticia del hospital: su bebé fue intercambiado accidentalmente en la maternidad. Después del impacto inicial, conocen a la otra pareja afectada: Miles, un empresario influyente, y su esposa Lucy.

Te gustará si...

- Buscas un melodrama familiar con giros sensacionalistas al estilo de las películas de sobremesa.

TÍTULOS PARECIDOS. *El refugio* (Prime Video, Filmin), *The Undoing* (Max) o *The Changeling* (Apple TV+).

MOVISTAR PLUS+
SERIE
Drama.
T1. 4 cap. 45 min. Estreno: 22 de marzo.
Dir.: Kate Hewitt.
Reino Unido. 2025.

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 50
AVE: 3520 €
ÁREA: 13 CM² - 11%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: PROGRAMACION

22 Marzo, 2025



SERIES

Intercambiados al nacer



Pete y Maddie viven felices con su hijo de dos años Theo en un tranquilo pueblo costero de Cornualles. Sin embargo, su mundo se desmorona cuando reciben una llamada del hospital informándoles que Theo no es su hijo biológico y que, debido a un error en la maternidad de prematuros, se produjo un cambio. Atónitos, descubren que su verdadero hijo se llama David y ha sido criado por Miles, un empresario influyente y por su esposa Lucy. Inicialmente, ambas parejas intentan un acuerdo amistoso para mantener el vínculo con sus hijos biológicos, pero Miles no está de acuerdo. Pronto se desencadena una batalla legal despiadada que amenaza con sembrar el caos en la vida de todos ellos.

Dos familias

Reino Unido, 2025
Drama
Movistar Plus+
50 min.
(T1. 4 cap.)

CÓRDOBA

PAÍS: España
PÁGINAS: 42
AVE: 2325 €
ÁREA: 199 CM² - 43%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2783
OTS: 29000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES

Intercambiados al nacer



Pete y Maddie viven felices con su hijo de dos años Theo en un tranquilo pueblo costero de Cornualles. Sin embargo, su mundo se desmorona cuando reciben una llamada del hospital informándoles que Theo no es su hijo biológico y que, debido a un error en la maternidad de prematuros, se produjo un cambio. Atónitos, descubren que su verdadero hijo se llama David y ha sido criado por Miles, un empresario influyente y por su esposa Lucy. Inicialmente, ambas parejas intentan un acuerdo amistoso para mantener el vínculo con sus hijos biológicos, pero Miles no está de acuerdo. Pronto se desencadena una batalla legal despiadada que amenaza con sembrar el caos en la vida de todos ellos.

Dos familias

Reino Unido, 2025
Drama
Movistar Plus+
50 min.
(T1. 4 cap.)

Adaptación turca de un clásico de Mary Shelly

Criatura

Turquía, 2023
Drama, Fantasía
Netflix
50 min.
(T1. 8 cap.)



Ambientada en el Imperio otomano, esta epopeya nos sumerge en una reflexión sobre una de las cuestiones más universales para la humanidad: la muerte y el más allá. Ziya, un joven estudiante de Medicina dotado de un gran sentido de la aventura y muy inteligente, anhela convertirse en un médico excepcional y descubrir la cura para las enfermedades infecciosas. Su destino se entrelaza con el del doctor Ihsan, considerado un genio por algunos y un lunático por otros, pero el único que comprende sus deseos. Dos personajes atormentados que pagarán un alto precio por el experimento que decidirán emprender. Intentan descifrar un antiguo y peligroso código.

A la búsqueda de tesoros perdidos



Cuando el arqueólogo Jack Wilder (Shane West) se encuentra con las claves de una antigua profecía Inca, se embarca en una larga aventura en busca de la legendaria ciudad de oro llamada El Dorado, oculta en lo más profundo de la selva peruana. Su búsqueda se complica cuando es perseguido por un enigmático mercenario, el coronel Sam Grissom (Luke Goss), y por elementos corruptos del ejército peruano. María Martínez (Natalie Martínez), la ex-amante de Jack, se une a la aventura, y juntos se enfrentan a varios desafíos, como largas travesías por los Andes, encuentros con tribus nativas de la Amazonía y trampas y maldiciones sagradas que protegen la legendaria ciudad.

El Dorado

Estados Unidos, 2010
Aventuras. Acción
Prime Video
95 min.
(T1. 2 cap.)

Una historia de amistad en la madurez

El método Kominsky

Estados Unidos, 2018
Comedia. Netflix
30 min.
(T1-T3. 22 cap.)



Sandy Kominsky (Michael Douglas) fue un actor que alcanzó la fama durante un breve periodo en Hollywood. Esos días los dejó atrás, y hoy en día, su vida está centrada en enseñar a futuros actores. Junto a su leal amigo y agente Norman (Alan Arkin), Sandy dirige una escuela de interpretación en Los Ángeles. En una de sus clases conoce a Lisa (Nancy Travis), una mujer de 53 años, madre de un hijo de 18, que decide comenzar una nueva etapa de su vida tras su doloroso divorcio. A través de sus lecciones, Lisa y Sandy desarrollan una inesperada conexión que desencadena en un romance que ninguno de los dos esperaba. Juntos, iniciarán un nuevo capítulo en sus vidas.

el Periódico de Aragón

PAÍS: España
PÁGINAS: 50
AVE: 1612 €
ÁREA: 200 CM² - 43%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2539
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES

Intercambiados al nacer



Pete y Maddie viven felices con su hijo de dos años Theo en un tranquilo pueblo costero de Cornualles. Sin embargo, su mundo se desmorona cuando reciben una llamada del hospital informándoles que Theo no es su hijo biológico y que, debido a un error en la maternidad de prematuros, se produjo un cambio. Atónitos, descubren que su verdadero hijo se llama David y ha sido criado por Miles, un empresario influyente y por su esposa Lucy. Inicialmente, ambas parejas intentan un acuerdo amistoso para mantener el vínculo con sus hijos biológicos, pero Miles no está de acuerdo. Pronto se desencadena una batalla legal despiadada que amenaza con sembrar el caos en la vida de todos ellos.

Dos familias

Reino Unido, 2025
Drama
Movistar Plus+
50 min.
(T1. 4 cap.)

Adaptación turca de un clásico de Mary Shelly

Criatura

Turquía, 2023
Drama, Fantasía
Netflix
50 min.
(T1. 8 cap.)



Ambientada en el Imperio otomano, esta epopeya nos sumerge en una reflexión sobre una de las cuestiones más universales para la humanidad: la muerte y el más allá. Ziya, un joven estudiante de Medicina dotado de un gran sentido de la aventura y muy inteligente, anhela convertirse en un médico excepcional y descubrir la cura para las enfermedades infecciosas. Su destino se entrelaza con el del doctor Ihsan, considerado un genio por algunos y un lunático por otros, pero el único que comprende sus deseos. Dos personajes atormentados que pagarán un alto precio por el experimento que decidirán emprender. Intentan descifrar un antiguo y peligroso código.

A la búsqueda de tesoros perdidos



Cuando el arqueólogo Jack Wilder (Shane West) se encuentra con las claves de una antigua profecía Inca, se embarca en una larga aventura en busca de la legendaria ciudad de oro llamada El Dorado, oculta en lo más profundo de la selva peruana. Su búsqueda se complica cuando es perseguido por un enigmático mercenario, el coronel Sam Grissom (Luke Goss), y por elementos corruptos del ejército peruano. María Martínez (Natalie Martínez), la ex-amante de Jack, se une a la aventura, y juntos se enfrentan a varios desafíos, como largas travesías por los Andes, encuentros con tribus nativas de la Amazonía y trampas y maldiciones sagradas que protegen la legendaria ciudad.

El Dorado

Estados Unidos, 2010
Aventuras. Acción
Prime Video
95 min.
(T1. 2 cap.)

Una historia de amistad en la madurez

El método Kominsky

Estados Unidos, 2018
Comedia. Netflix
30 min.
(T1-T3. 22 cap.)



Sandy Kominsky (Michael Douglas) fue un actor que alcanzó la fama durante un breve periodo en Hollywood. Esos días los dejó atrás, y hoy en día, su vida está centrada en enseñar a futuros actores. Junto a su leal amigo y agente Norman (Alan Arkin), Sandy dirige una escuela de interpretación en Los Ángeles. En una de sus clases conoce a Lisa (Nancy Travis), una mujer de 53 años, madre de un hijo de 18, que decide comenzar una nueva etapa de su vida tras su doloroso divorcio. A través de sus lecciones, Lisa y Sandy desarrollan una inesperada conexión que desencadena en un romance que ninguno de los dos esperaba. Juntos, iniciarán un nuevo capítulo en sus vidas.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 59
AVE: 1733 €
ÁREA: 6 CM² - 10%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6335
OTS: 73000
SECCIÓN: EVASION

22 Marzo, 2025



'Dos familias', cuando crías al hijo de otro por un error

Movistar Plus+ (23 de marzo). Cuatro capítulos para una serie que combina drama y thriller psicológico. Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, la ficción narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer por un dramático error cometido en el hospital. Ahora se enfrentan a un dilema cruel: quedarse con el niño que han criado o reclamar el biológico.

La Voz de Galicia

PAÍS: España
PÁGINAS: 59
AVE: 1430 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 44516
OTS: 395000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



Series y documentales



El actor James Norton da vida a uno de los padres.

DOS FAMILIAS MOVISTAR PLUS+

Dos bebés intercambiados al nacer

Miniserie basada en el libro de J. P. Delaney (*La chica de antes*) que combina drama y *thriller* psicológico. Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, 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 nuestro hijo biológico? / LVG

Teletodo Bcn (TTD)

21 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 8
AVE: 610 €
ÁREA: 2 CM² - 10%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 27948
OTS: 386000
SECCIÓN: LA ENTREVISTA


'Thriller' barcelonés

Maestros de las uñas

DOS BEBÉS CAMBIADOS AL NACER

Dos parejas descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error cometido en el hospital. Deberán decidir si es mejor enmendar el error o no. Esta es la trama de *Dos familias,* nueva serie que llega el sábado, 22, a Movistar Plus+.

'DOS FAMILIAS' / MOVISTAR / SÁBADO, 22

EL PUNT AVUI+

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 1091 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 13736
OTS: 62000
SECCIÓN: ESTRENOS

21 Marzo, 2025



MOVISTAR+



'THRILLER' DRAMÀTIC

'Dos familias', un drama sobre fills intercanviats

Cornualla és l'única cosa bucòlica d'aquest drama, que narra el malson que viuen dues parelles que descobreixen que els seus fills van ser intercanviats en néixer per un error a l'hospital. James Norton i Niamh Algar, i James McArdle i Jessica Brown Findlay formen les dues famílies del títol. ■

PAÍS: España
PÁGINAS: 18
AVE: 6780 €
ÁREA: 395 CM² - 60%
FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 52992
OTS: 361000
SECCIÓN: ESPECIAL
21 Marzo, 2025



'The studio' se postula como la comedia que verá todo Hollywood con su hilarante y elegante disección sobre cómo se producen las películas

Amar y destruir el cine



APPLE TV+

Seth Rogen es cocreador, guionista, director, productor ejecutivo y protagonista de la serie

PERE SOLÀ GIMFERRER

Es imposible predecir si una serie será un éxito de público antes del estreno. Lo que sí se puede deducir es que *The studio* será un fenómeno entre quienes trabajan en Hollywood: como prueban títulos como *The artist*, *Birdman*, *La la land* o *Mank*, que este siglo han triunfado en mayor o menor medida en los premios Oscar, el género favorito de los profesionales de la industria es el propio cine. Y, en este sentido, la comedia de Apple TV+ es la serie más sofisticada que se ha producido al respecto: una mirada a los despachos de un estudio con las tomas de decisiones y los razonamientos que marcan la historia del cine. Solo hay que ver cómo, por ejemplo, Charlize Theron, Martin Scorsese y Steve Buscemi tienen cameos haciendo de ellos mismos en el primer capítulo. Transmiten una idea: *The studio* cuenta con la bendición de grandes artistas del sector, que confían en la calidad de la propuesta y, además, se atreven a reírse de ellos mismos.

Seth Rogen (*Platonic*), con la colaboración de Evan Goldberg, Peter Hyuck, Alex Gregory y Frida Perez, firma esta historia que él protagoniza. Matt Remick lleva dos décadas en Continental Studios cuando le ofrecen el puesto de jefe del estudio después de que echasen a traición a su mentora. Su visión, sobre el papel, es clara: el prestigio no está reñido con la taquilla y busca ese proyecto titánico que pueda ganar Oscars y recaudar cientos de millones. Pero, al aceptar el puesto, ya pervierte su alma: tiene que dar prioridad a la película sobre una marca de refrescos o lo despiden. Por más que le dé vueltas, no sabe cómo convertir *Kool-Aid* en *Barbie*, que en manos de Greta Gerwig tuvo el apoyo de la crítica y del público.

The studio muestra amor por el arte audiovisual. Quizá llama menos la atención en una televisión que acaba de estrenar la fantástica *Adolescencia* (Netflix), que ejecuta planos secuencia imposibles de 60 minutos, pero Rogen y Goldberg como directores también optan por el plano secuencia como puerta de entrada al universo. En el segundo capítulo incluso se aventuran en lo meta. Matt Remick reflexiona sobre la esencia del plano secuencia cuando asiste al rodaje de un plano secuencia de una película de Sarah Polley (*Lejos de ella*) y y Greta Lee (*Vidas pasadas*) mientras el capítulo, por supuesto, utiliza este recurso durante la media hora de duración. La situación cómica solo se eleva con el paso de los minutos mientras se deja en evidencia cómo el personaje se acostumbra a sus privilegios.

Es una obra que no teme ser demasiado *de industria* para el público mayoritario (con el protagonista escuchando el recomendable podcast *The town*). "El trabajo te estresa, te hace entrar en pánico y sentirte miserable. Pero, cuando todo encaja y haces una buena película, esa película es buena para siempre", dice la productora caída en desgracia, interpretada por Catherine O'Hara. Al mismo tiempo, se mete con quiénes lo hacen posible. Esta es posiblemente la clave: funciona porque no teme ser de nicho y, mientras radiografía el sector, no se olvida del tratamiento narrativo, visual y cómico de la historia. Afilada, excéntrica, divertidísima.●

De cameo en cameo



Aparecen Ted Sarandos (CEO de Netflix), Martin Scorsese, Charlize Theron, Ron Howard, Sarah Polley, Zac Efron, Olivia Wilde, Anthony Mackie, Peter Berg, Rebecca Hall, Bryan Cranston, Zoë Kravitz...

■ The studio

Apple TV+
Temporada 1 el 26 de marzo
Género: Comedia
Duración: 10 episodios



Dos familias
Movistar Plus+
Miniserie el 22 de marzo
Los Riley reciben una noticia terrible: les intercambiaron su hijo al nacer con el de otra pareja. Encima, los otros padres son un par de sociópatas. Un thriller psicológico con las peores pulsiones de las *tv-movies* más turbias y gratuitas.



Mythic quest: Más allá del juego
Apple TV+
Temporada 1 el 26 de marzo
En este *spin-off*, Rob McElhenney explora las vidas de todas aquellas personas afectadas por el videojuego *Mythic quest*: trabajadores, fans, jugadores casuales... Cada episodio, una historia independiente.



Bosch: Legacy
Prime Video
Temporada 3 el 27 de marzo
El cambio de título de *Bosch* a *Bosch: Legacy* nunca tuvo mucha razón de ser, por más que Bosch pasase de detective de policía a detective privado. Eran estrategias empresariales de Amazon. Ahora, en su tercera temporada, la *secuela* se despide.

Málaga hoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 62
AVE: 476 €
ÁREA: 6 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2370
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



LA SERIE



‘DOS FAMILIAS’.
MOVISTAR PLUS+

Situada en el condado de Cornualles, esta miniserie relata la angustiosa pesadilla de dos parejas que descubren que, por un error en el hospital, sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer. Ahora, deben enfrentar el dilema moral: ¿seguir criando al niño que conocen o reclamar a su hijo biológico?

EuropaSur

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 302 €
ÁREA: 7 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1010
OTS: 11000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



LA SERIE



‘DOS FAMILIAS’.
MOVISTAR PLUS+

Situada en el condado de Cornualles, esta miniserie relata la angustiosa pesadilla de dos parejas que descubren que, por un error en el hospital, sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer. Ahora, deben enfrentar el dilema moral: ¿seguir criando al niño que conocen o reclamar a su hijo biológico?

LA VANGUARDIA

SERIES BRITÁNICAS

Si 'Adolescencia' es lo mejor del Reino Unido, 'Dos familias' es lo peor

- **¿Y si descubrieras que te intercambiaron a tu hijo al nacer?**



Por suerte, 'Dos familias' solo tiene cuatro episodios.

Pere Solà Gimferrer Barcelona 25/03/2025 15:23

En el Reino Unido están de enhorabuena. *Adolescencia* despierta tal obsesión por los planos secuencia y las problemáticas que aborda que da la sensación que Stephen Graham, en cierto modo, es el Mesías de la televisión de calidad. Su obra es muy característica de la ficción británica: realista, social, con físicos verosímiles y elementos de denuncia. Sin embargo, este éxito tampoco nos debe nublar la lista: en las islas británicas hay otras tradiciones televisivas y precisamente estos días se ha estrenado *Dos familias*, que representa las pulsiones más oscuras de esta misma industria.

Los Riley tienen una vida ideal. Quizá Pete y Maddie tienen problemas para pagar las facturas pero su humilde morada está cerca del mar, Maddie tiene un trabajo demandante como cocinera en un buen restaurante, ellos se quieren y tienen un hijo, Theo, al que quieren con locura. Esta felicidad se derrumba cuando el hospital les informa que Theo no es su hijo biológico y que llevan años con los hijos intercambiados con los Lambert, mucho más adinerados que ellos. ¿Cómo te enfrentas a la posible pérdida de un hijo cuando tienes el otro en manos de unos desconocidos?



A conocer el hijo biológico que el hospital te quitó por error (¿o no?).

Si *Adolescencia* de Stephen Graham y Jack Thorne es la consagración estilística del drama criminal y social *british*, Dos familias es un clímax de la televisión de sobremesa: un thriller psicológico lobotomizado, escrito desde el mal gusto, sin nada que ofrecer salvo giros de guión. Tenemos un lugar común tras otro. Miradas sospechosas. Casas que rivalizan con las de *Big little lies* en cantidad de metros cuadrados de cristal. Una familia adinerada pero calculadora y monstruosa. Cantidades ingentes de *gaslighting*. Un cuerpo infantil flotando en el agua como anticipo de la tragedia.

De hecho, hay muchas, muchas situaciones que cuestan de sostener salvo porque toca rizar el rizo. Solo hay que ver cómo, por ejemplo, Pete tiene un tarro transparente lleno de ositos de goma de marihuana en casa. ¿Se supone que es un padre mínimamente funcional y no se le pasa por la cabeza que su hijo, de encontrar los ositos, querría tragárselos a puñados como las chucherías que son? Es extraordinario cómo Grace Offori-Attah, a partir de la novela de J.P. Delaney, encadena escenas manipuladoras y retorcidas una tras otra mientras se olvida del drama humano que tiene la trama.

Sería injusto decir que *Dos familias*, que emite Movistar Plus+, es la peor serie británica de la historia. Pertenece al mismo lodazal creativo que cualquier adaptación de Harlan Coben como esa putrefacta *Engaños* que arrasó en Netflix hace poco más de un año. Pero, si con *Adolescencia* tenemos la elevación de un muy buen drama criminal gracias a la técnica del director Philip Barantini, en *Dos familias* tenemos una tv-movie mala y alargada que se esfuerza tanto en impactar e incomodar al espectador que es bochornosa.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

‘Dos familias’ – estreno 22 de marzo en Movistar Plus+

Por Marco Sánchez Sequera -19 marzo, 2025

El próximo sábado, 22 de marzo, llegará a Movistar Plus+ la miniserie de cuatro episodios ‘Dos familias’, basada en el libro de J.P. Delaney (‘La chica de antes’), que combina drama y thriller psicológico.

Las dos parejas están interpretadas por James Norton (‘Exmaridos’) y Niamh Algar (‘Mary & George’), y James McArdle (‘Sexy Beast’) y Jessica Brown Findlay (‘Downton Abbey’).



Sinopsis

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.

Movistar Plus+ estrena ‘Dos familias’ el sábado 22 de marzo.

Movistar estrena la serie 'Dos familias' ¿De qué trata?: cuando te das cuenta que tu hijo no es tu hijo

Raúl Amores 22 marzo, 2025



Dos familias, serie estreno Movistar Plus+

Este thriller psicológico explorará la peor pesadilla de los padres, el descubrimiento de que el que siempre has creído tu hijo no es tal. ¡Una serie que te tendrá pegado al sofá!

Muchos padres y madres habrán tenido este mal sueño, a pocos días de tener a su retoño o nada más nacer, justo cuando se lo llevan para tenerlo al lado del resto en esa típica sala de neonatos de cualquier hospital: ¿Y si me dan un bebé que no es el mío?. Una pesadilla que centra la trama de la nueva serie británica que estrena Movistar Plus+: 'Dos familias' (Playing Nice, de título original).

Basada en una de las novelas de la superventas J.P. Delaney (escritora de 'La chica de antes' que llego a convertirse también en serie), la miniserie combina drama y thriller psicológico. Dos parejas felices se enfrentaran a esa pesadilla de descubrir que esos mocosos que llevan años compartiendo su vida con ellos, no son realmente carne de su carne.

La serie ‘Dos familias’ se estrena el sábado 22 de marzo de 2025 en Movistar Plus+. Cuenta con cuatro episodios y llega al completo, con lo que puedes darte el maratón.

Sinopsis, de qué va la serie ‘Dos familias’, estreno en Movistar+

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, la serie 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.



James Norton, conocido por su papel en la famosa ‘Happy Valley’, da vida a Pete en la serie

¿Quién está en el elenco de la serie ‘Dos familias’?

El reparto de la serie ‘Dos familias, dando vida a las dos parejas, está formado por actores y actrices reconocidos en el panorama británico e internacional. La primera de ellas está formada por James Norton (‘Exmaridos’, ‘Happy Valley’, ‘Granchester’) y Niamh Algar (‘Mary & George’, ‘Raised by Wolves’). La segunda de las parejas tiene a James McArdle (‘Sexy Beast’, ‘Mare of Easttown’) y Jessica Brown Findlay (‘Downton Abbey’) como interpretes.

Completan el elenco de la serie Cara Mahoney (‘Animales fantásticos: Los secretos de Dumbledore’), Posy Sterling (‘El mundo en llamas’), Lucy Phelps (‘Grace’), Phillippe Spall (‘Downton Abbey’) y Akbar Kurtha (‘Doctors’). La encargada de adaptar la novela ‘Playing Nice’ a la televisión es Grace Ofori-Attah (‘Malpractice’) con la dirección de Kate Hewitt (‘Life’).

LA RAZÓN
Televisión
SERIES

«Dos familias»: cuando el mal es un juego de niños

► Movistar Plus+ estrena hoy esta miniserie de cuatro episodios, basada en el «bestseller» de J. P. Delaney «La chica de antes»



Imagen de la serie "Dos familias" Movistar Plus+

Luis R. Camero 22.03.2025 17:10

En la idílica Cornualles, la pareja formada por Peter y Maddie juega con su hijo Theo sin preocuparse de la terrible noticia que recibirán poco después. El hospital donde ella dio a luz les reúne en una sala para informarles de que «debido a un imperdonable error» Theo no es su hijo biológico: se fueron del hospital con un niño que no era suyo y la otra familia cometió el mismo error. Así arranca «Dos familia» («Playing Nice») serie que estrena hoy Movistar Plus+ con cuatro episodios ya disponibles.

Esta miniserie, dirigida por Kate Hewitt, con guion de Grace Ofori-Attah, está basada en el libro de J.P. Delaney («La chica de antes») que combina drama y thriller psicológico en un potente «betseller». El punto de partida es bastante desgarrador y nos anticipa algo de lo que vamos a encontrar en el metraje. En seguida suben las apuestas. Peter, interpretado por James Norton, y Maddie (Niamh Algar) viven en una nube con él quedándose en casa para cuidar de Theo mientras busca trabajo de periodista, y ella dedicada por entero a su propio restaurante. Ahora tienen que plantearse la difícil decisión de si mantener su vida con el hijo que han criado o hacer frente a su vida con un niño desconocido. Pero las respuestas llegan antes de lo previsto, al mismo tiempo que los previsibles avisos de quiénes son la otra pareja. Miles Lambert, con James

McArdle en el papel, llama al timbre sin que nadie se cuestione cómo ha encontrado la casa y se presenta como «el otro papá». La pareja aceptará extrañada una visita a la casa de los Lambert, una lujosa mansión donde les recibe la anfitriona y esposa del rico arquitecto Miles, Lucy (Jessica Brown Findlay).

Pero lo que parecía un acuerdo verbal para quedarse cada uno con su error y compartir tiempo con sus verdaderos hijos biológicos enseguida se convierte en una pesadilla. Peter consigue un trabajo y cuidar de Theo despierta los primeros roces. De manera casi invisible Miles va tejiendo una intrincada red de engaños, sospechas y mentiras que desesperarán incluso al espectador al otro lado de la televisión que querrá lanzarle algo a su recortada y cuidada barba. Es cierto que muchas de las situaciones son bastante previsibles e incluso hay un vago intento de hacer parecer que la serie tiene la profundidad de otras que presentan tan claramente a un personaje con una personalidad sociópata. Sus caras, sus falsas lágrimas y su manera de retorcer la realidad y la verdad son casi chistosas. También el papel de Lucy es el de la mujer asfixiada en una relación tóxica con un macho alfa que hace y deshace y no permite que nadie le tosa. Hay muchos tintes de «La mano que mece la cuna». No ayuda que la personalidad de Peter sea poco más que la de un trapo, salvo algún atisbo de violencia que no hace sino acrecentar la causa para que Miles se quede con ambos niños, Theo y el que se llevaron, David. Es desesperante como Maddie y su marido caen una y otra vez en las malas artes de «el otro padre».

La serie no consigue ahondar lo suficiente en lo que hubiera sido interesante tratar. Una igualdad en los cuatro progenitores podría mostrarnos algo más de la miseria humana con niños de por medio, pero sólo son excusas de la trama. Con un par de personajes pintados más inteligentemente podría haber algo de satisfacción cada vez que Miles se equivoca, porque resistencia no encuentra hasta el previsible y trágico final. Pronto el thriller se impone a todo aprovechando los paisajes y situaciones de tensión. Desgraciadamente las mujeres sólo se muestran tristes y vuelve a resurgir Miles el malo, el único listo, rico, y el que más se divierte con todo esto. La miniserie se descontrola hacia situaciones imposibles y que solo reza para que llegue a un desenlace que nos permita pasar a la siguiente, porque series de televisión cortadas por un patrón superventas hay muchas.

Best MOVIE
NOTICIAS CRÍTICAS GALERÍAS ENTREVISTAS

¿Y si tu hijo fuera intercambiado?: Todo sobre la miniserie 'Dos familias' que llega a Movistar Plus + y es perfecta para el fin de semana

Redacción Best Movie 21 marzo 2025



Movistar Plus + estrena este viernes una miniserie que es carne de maratón. Hablamos de Dos familias, una ficción entre el drama y el thriller psicológico que te pondrá los pelos de punta y te dejará enganchado a la pantalla de principio a fin.

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?

Con solo cuatro episodios está dirigida por Kate Hewitt y está basada en el libro homónimo de J.P. Delaney, La chica de antes.

Las dos parejas están interpretadas por James Norton (Exmaridos) y Niamh Algar (Mary & George), y James McArdle (Sexy Beast) y Jessica Brown Findlay (Downton Abbey).



Teleaudiencias – La enciclopedia televisiva
Audiencias, noticias, opinión, entrevistas, estrenos... Si te gusta la televisión, ¡este es tu lugar! Portal televisivo líder en instagram.

18 marzo, 2025teleaudienciastv

Movistar Plus estrena hoy la serie ‘Dos familias’



Movistar Plus estrena hoy la serie ‘Dos familias’.

Miniserie basada en el libro de J.P. Delaney que combina drama y thriller psicológico.

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.

Las dos parejas están interpretadas por James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay

cine&series MUNDIARIO

MOVISTAR+

Dos familias: el thriller psicológico que plantea el dilema más angustioso

La nueva serie de Movistar Plus+ nos sumerge en la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error del hospital.



Póster de Dos familias./ Movistar Plus+

Juan Manuel Mazas 23/mar/25 - 23:57

El 22 de marzo llega a Movistar Plus+ *Dos familias*, una miniserie de cuatro episodios que combina drama y thriller psicológico en una historia tan inquietante como emocionalmente devastadora.

Basada en la novela *Playing Nice* de J.P. Delaney, la serie nos sumerge en la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error del hospital. Lo que comienza como un intento de reconciliación y entendimiento entre ambas familias se convierte en una batalla psicológica en la que la verdad y la mentira se confunden, y donde las apariencias pueden ser más peligrosas que la realidad.

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, Dos familias nos presenta a Pete (James Norton) y Maddie (Niamh Algar), una pareja que lleva una vida aparentemente tranquila con su hijo de dos años, Theo. Sin embargo, todo cambia cuando reciben la devastadora noticia de que su hijo biológico no es el niño que han estado criando, sino otro pequeño llamado David, que ha crecido con Miles (James McArdle) y Lucy (Jessica Brown Findlay), un matrimonio acomodado y con una vida completamente distinta. El horror de la situación da paso a un dilema imposible: ¿seguir criando al niño que han amado desde su nacimiento o reclamar a su hijo biológico?

En un principio, ambas parejas intentan gestionar la situación de manera civilizada, estableciendo una relación que permita a los niños mantener contacto con sus padres biológicos. Pero la aparente cordialidad se desmorona pronto cuando Miles, un hombre poderoso y manipulador, comienza a hacer exigencias desmesuradas y a imponer su voluntad sobre la otra familia. Lo que empieza como una relación de compromiso mutuo se transforma en un tenso juego de poder, donde cada personaje revela capas ocultas de su verdadera personalidad.



La serie cuenta con un reparto de primer nivel encabezado por James Norton (Happy Valley, Grantchester) y Niamh Algar (Raised by Wolves, Mary & George), que interpretan a la pareja que inicialmente trata de sobrellevar la situación con diplomacia. Por otro lado, James McArdle (Mare of Easttown, Sexy Beast) y Jessica Brown Findlay (Downton Abbey) dan vida a la otra familia, aportando una complejidad a sus personajes que va más allá del clásico enfrentamiento entre el bien y el mal.

Los cuatro episodios de *Dos familias* estarán disponibles en Movistar Plus+ a partir del sábado 22 de marzo. Con una mezcla de tensión, suspense y dilemas morales, esta miniserie promete ser una de las apuestas más impactantes del año. @mundiario

EL DIARIO VASCO

21 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 64-65
AVE: 4809 €
ÁREA: 599 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 30714
OTS: 163000
SECCIÓN: GENTE



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. DV

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada

EL DIARIO VASCO

PAÍS: España
PÁGINAS: 64-65
AVE: 4809 €
ÁREA: 599 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 30714
OTS: 163000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

El Norte de Castilla

21 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3651 €
ÁREA: 588 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8545
OTS: 90000
SECCIÓN: GENTE



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

El Norte de Castilla

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3651 €
ÁREA: 588 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8545
OTS: 90000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

EL COMERCIO

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3178 €
ÁREA: 600 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 9059
OTS: 83000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutlwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continuas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal western de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Junhee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada por

EL COMERCIO

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3178 €
ÁREA: 600 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 9059
OTS: 83000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



Park Ji-hoon, Choi Hyun-wook, Hong Kyung, Shin Seung-ho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la desaparición de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

LAS PROVINCIAS
VALENCIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 2389 €
ÁREA: 212 CM² - 45%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6815
OTS: 47000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda: desde 'The Studio' hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio' o 'Atrapados'.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.



Seth Rogen, en 'The Studio'. R. C.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. La joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

LA RIOJA

21 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 48-49
AVE: 3534 €
ÁREA: 600 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5297
OTS: 46000
SECCIÓN: GENTE



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada

LA RIOJA

PAÍS: España
PÁGINAS: 48-49
AVE: 3534 €
ÁREA: 600 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5297
OTS: 46000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

DIARIO DE NAVARRA

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 5766 €
ÁREA: 383 CM² - 60%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 19633
OTS: 119000
SECCIÓN: PANTALLAS

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora en 'The Studio'

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL
Madrid

Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, *Mythic Quest*, que encima se atreve a lanzar una suerte de *spin off* antológico titulado *Más allá del juego*. El resto son novedades: desde *The Studio*, la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta *Dos familias*, el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por *Perdiendo el juicio*, un drama en el que Elena Rivera da vida a una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o *Atrapados*, serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.



Seth Rogen dirige y protagoniza la comedia *The Studio*. DN

'¡Corre!'

Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'

Movistar Plus+, 22 de marzo

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, 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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'

Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera encarna a Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. A partir de ahí, se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar empleo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continuas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta laboral en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'

AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad finlandesa, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila y provoca una explosión que mata a más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en un misterio. Para resolver lo que sucedió, un equipo liderado por la inspectoraMarita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de los afectados.

'No robarás'

Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de *Los rompecorazones*. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'

Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'

Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito o la catástrofe. Como alguien que respira cine, este es el trabajo que Matt ha perseguido toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'

Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada *Mythic Quest*, la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo con cuatro episodios donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant.

'Atrapados'

Netflix, 26 de marzo

Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt protagonizan esta serie argentina, basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella.

EL DIARIO MONTAÑÉS

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 6879 €
ÁREA: 583 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 12959
OTS: 104000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada

EL DIARIO MONTAÑÉS

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 6879 €
ÁREA: 583 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 12959
OTS: 104000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

IDEAL GRANADA

21 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 5718 €
ÁREA: 583 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6910
OTS: 55000
SECCIÓN: GENTE



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada

IDEAL GRANADA

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 5718 €
ÁREA: 583 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6910
OTS: 55000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

SUR EL PERIÓDICO DE MÁLAGA

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 3038 €
ÁREA: 212 CM² - 45%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6039
OTS: 62000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda: desde 'The Studio' hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio' o 'Atrapados'.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.



Seth Rogen, en 'The Studio'. R. C.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. La joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

HOY DIARIO DE EXTREMADURA

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 2664 €
ÁREA: 212 CM² - 45%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5119
OTS: 34000
SECCIÓN: AGENDA

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda: desde 'The Studio' hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio' o 'Atrapados'.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.



Seth Rogen, en 'The Studio'. R. C.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. La joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

IDEAL ALMERÍA

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 1744 €
ÁREA: 212 CM² - 45%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1170
OTS: 9000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda: desde 'The Studio' hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio' o 'Atrapados'.



Seth Rogen, en 'The Studio'. R. C.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. La joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

La Verdad de Cartagena

21 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 1634 €
ÁREA: 600 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7561
OTS: 74000
SECCIÓN: GENTE



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin-off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada

La Verdad de Cartagena

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 1634 €
ÁREA: 600 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7561
OTS: 74000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de 'casting', reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

IDEAL
JAÉN

PAÍS: España
PÁGINAS: 44-45
AVE: 1951 €
ÁREA: 583 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1157
OTS: 10000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada

IDEAL JAÉN

PAÍS: España
PÁGINAS: 44-45
AVE: 1951 €
ÁREA: 583 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1157
OTS: 10000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

Canarias7

21 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3771 €
ÁREA: 587 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2947
OTS: 34000
SECCIÓN: GENTE



Seth Rogen se convierte en el jefe de una gran productora cinematográfica en 'The Studio'

SERIES

'Perdiendo el juicio', 'Dos familias', 'No robarás' y 'Atrapados' son otros de los estrenos esta semana

I. C. RONCAL

MADRID. Drama y comedia se dan la mano esta semana con los estrenos que preparan las plataformas de vídeo bajo demanda. Entre los regresos de viejos conocidos, solo una ficción, 'Mythic Quest', que encima se atreve a lanzar una suerte de 'spin off' antológico titulado 'Más allá del juego'. Por lo demás, el resto son novedades: desde 'The Studio', la comedia protagonizada y dirigida por Seth Rogen ambientada en la industria del cine, hasta 'Dos familias', el drama de dos parejas cuyos hijos fueron intercambiados al nacer, pasando por 'Perdiendo el juicio', un drama protagonizado por Elena Rivera en el papel de una abogada con un fuerte trastorno obsesivo compulsivo, o 'Atrapados', serie argentina con Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt, entre otros.







Seth Rogen, en 'The Studio'; Elena Rivera, en 'Perdiendo el juicio', y James Norton, en 'Dos familias'. R. C.

'¡Corre!'
Netflix, 21 de marzo

Un joven corredor recibe la oportunidad de su vida cuando le ofrecen una beca de atletismo. ¿Alcanzará sus sueños sin tropezar con sus mentiras? Tristan Holmes dirige esta ficción creada por Kutiwano Ditsele y Thuli Zuma y protagonizada, entre otros, por Thandolwethu Zondi, Wonder Ndlovu, Shalate Sekhabi, Wiseman Mncube y Brendon Daniels.

'Dos familias'
Movistar Plus+, 22 de marzo

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? James Norton y Niamh Algar y James McArdle y Jessica Brown Findlay dan vida a las dos parejas que protagonizan esta miniserie basada en una novela de J. P. Delaney.

'Perdiendo el juicio'
Atresplayer, 23 de marzo

Elena Rivera es en esta ficción Amanda Torres, una prestigiosa abogada que sufre un grave estallido de su trastorno obsesivo compulsivo durante un importante juicio. Desde ese momento se convierte en una apestada de la profesión y no le es nada fácil volver a encontrar un trabajo, en parte por ese episodio oscuro y en parte porque no es sencillo convivir ni trabajar con sus continúas manías. De esta forma, la joven se verá obligada a aceptar una oferta de trabajo en un decadente bufete muy alejado de sus expectativas, mientras lidia con la atracción que todavía siente por su marido, del que se resiste a divorciarse.

'En segundos'
AMC, 24 de marzo

Pyhäniemi, una pequeña localidad ubicada en Finlandia, se convierte en el epicentro de la tragedia cuando un tren descarrila en la estación y provoca una explosión que acaba con la vida de más de sesenta personas. Mientras una nube de productos químicos tóxicos se extiende por la zona, la causa del accidente se convierte en todo un misterio. Para tratar de resolver lo que sucedió realmente durante la fatídica noche del accidente, un equipo de expertos liderado por la inspectora de accidentes Marita Kaila (Leena Pöysti) se desplaza hasta el lugar de los hechos, enfrentándose al dolor, la ira y las mentiras de las personas afectadas.

'No robarás'
Filmin, 25 de marzo

Dos adolescentes en fuga protagonizan este brutal wéstern de corte tarantiniano y que tiene entre sus filas a una de las protagonistas de la versión más reciente de 'Los rompecorazones'. Robyn, a la que da vida Sherry-Lee Watson, es una joven delincuente aborigen que escapa de un centro de detención y, a regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, encarnado por Will McDonald. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior.

'Un héroe débil'
Netflix, 25 de marzo

Un estudiante brillante pero introvertido decide enfrentarse a quienes lo atormentan con la ayuda de unos aliados inesperados, sin saber lo peligrosa que se volverá su vida. Yon Su-min y Han Jun-hee son los creadores de esta serie surcoreana protagonizada

Canarias7

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3771 €
ÁREA: 587 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2947
OTS: 34000
SECCIÓN: GENTE

21 Marzo, 2025



por Park Ji-hoon, Choi Hyunwook, Hong Kyung, Shin Seungho y Lee Yeon, entre otros.

'The Studio'
Apple TV+, 26 de marzo

Cocreador, guionista, director y productor ejecutivo, Seth Rogen da vida en esta comedia a Matt Remick, el recién nombrado jefe de Continental Studios, en esta ficción llena de estrellas invitadas. Matt y su equipo de altos ejecutivos luchan contra sus propias inseguridades, artistas narcisistas y grandes capos corporativos, siempre con la idea de hacer grandes películas. Vistiendo trajes para disfrazar una continua sensación de pánico, cada fiesta, visita al set, decisión de cásting, reunión de márketing y entrega de premios les presenta una oportunidad para el éxito brillante o la catástrofe definitiva. Como alguien que come, sueña y respira cine, este es el trabajo que Matt ha estado persiguiendo toda su vida y ahora que lo tiene, es muy probable que lo destruya.

'Mythic Quest: Más allá del juego'
Apple TV+, 26 de marzo

El equipo de la aclamada 'Mythic Quest', la comedia ambientada en un estudio de desarrollo de videojuegos, lanza esta expansión de su universo en forma de cuatro episodios antológicos donde sigue los pasos de empleados, jugadores y fans cuyas vidas se ven tocadas por el juego. La serie está protagonizada por Rob McElhenney, Anna Konkle, Derek Waters, William Stanford Davis, Bria Samoné Henderson, Rome Flynn, Leonard Robinson, Gary Kraus, Annamarie Kasper, Esai Morales y Shalita Grant, entre otros.

'Atrapados'
Netflix, 26 de marzo

Serie argentina con los actores Soledad Villamil, Alberto Ammann y Matías Recalt en el reparto y basada en la novela homónima de Harlan Coben. En ella, la reportera Emma Garay, famosa por atrapar criminales, se enfrenta a un dilema cuando el sospechoso de la separación de una joven resulta ser alguien muy cercano a ella. Dirigen Miguel Cohan y Hernán Goldfrid, mientras que se ocupan del guion el propio Miguel Cohan, Ana Cohan, María Meira y Gonzalo Salaya.

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 67
AVE: 1347 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 32396
OTS: 229000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



(Nanjing
TDP
14.25
la Re
(

EL DIARIO VASCO

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 71
AVE: 746 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 30714
OTS: 163000
SECCIÓN: TELEVISION



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPORTE

11.30 Atletis
Mundo en Pis
(Nanjing):
TDP
14.25 B
la Rein
(1
s
1
1
1
L
E

El Norte de Castilla
SEGOVIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 47
AVE: 268 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 743
OTS: 8000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPOR

11.30 Atlet
Mundo en P
(Nanjing
TDP
14.25
la Rei
(

IDEAL
ALMERÍA

PAÍS: España
PÁGINAS: 47
AVE: 388 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1170
OTS: 9000
SECCIÓN: GENTE

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



TDP
14.25
la Re

El Norte de Castilla
PALENCIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 47
AVE: 359 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1553
OTS: 8000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



TDP
14.25
la Re

HOY DIARIO DE EXTREMADURA

PAÍS: España
PÁGINAS: 71
AVE: 592 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5119
OTS: 34000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



TDP
14.25 E
la Rei
(1

LA VERDAD
MURCIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 662 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6585
OTS: 73000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPORTE

11.30 Atletism
Mundo en Pista
(Nanjing): Se
TDP
14.25 Balc
la Reina:
(16.
sem
16
Lal
Hy
Elch
LaL

La Verdad de Cartagena

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 215 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7561
OTS: 74000
SECCIÓN: TELEVISION



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPORT

11.30 Atletis
Mundo en Pis
(Nanjing):
TDP
14.25 Ba
la Reina
(16
se
1
L
H
El
La

LA RIOJA

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 722 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5297
OTS: 46000
SECCIÓN: TELEVISION



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPORTES

11.30 Atletismo
Mundo en Pista
(Nanjing): Ses
TDP
14.25 Balon
la Reina: 1
(16.5
semi
16.
LaLi
Hyp
Elch
LaLi

El Norte de Castilla

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 673 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8545
OTS: 90000
SECCIÓN: TELEVISION



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



Mundo en Pl
(Nanjing)
TDP
14.25 B
la Reir
(1
s

E
L

EL CORREO
ALAVA

PAÍS: España
PÁGINAS: 67
AVE: 670 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8840
OTS: 53000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPORT

11.30 Atletis
Mundo en Pis
(Nanjing):
TDP
14.25 Ba
la Reina
(16
se
1
1
1
La
Hy

IDEAL
GRANADA

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 1240 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6910
OTS: 55000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPORT

11.30 Atletis
Mundo en Pis
(Nanjing):
TDP
14.25 Ba
la Rein
(16
se
1
L
H
El
La

EL DIARIO MONTAÑÉS

PAÍS: España
PÁGINAS: 67
AVE: 1190 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 12959
OTS: 104000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPOR

11.30 Atleti
Mundo en Pi
(Nanjing)
TDP
14.25 B
la Reir
(1
s

E
L

LAS PROVINCIAS
VALENCIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 59
AVE: 701 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6815
OTS: 47000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



(Nanjing): S
TDP
14.25 Bal
la Reina
(16.
ser
16
La
Hy
Elc
La

EL COMERCIO

PAÍS: España
PÁGINAS: 63
AVE: 473 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 9059
OTS: 83000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



11.30 Atletis
Mundo en Pis
(Nanjing):
TDP
14.25 Ba
la Rein
(1
se
1
L
H
E
L

SUR EL PERIÓDICO DE MÁLAGA

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 844 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6039
OTS: 62000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



11.30 Atletis
Mundo en Pis
(Nanjing):
TDP
14.25 Ba
la Reina
(16
se
1
L
H
El
La

Canarias7

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 71
AVE: 603 €
ÁREA: 4 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2947
OTS: 34000
SECCIÓN: TELEVISION



SERIES Y 'STREAMING'

Dos familias

MOVISTAR PLUS+. Estreno de esta serie inglesa que 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: ¿se quedan con el niño que han estado criando o reclaman a su hijo biológico?



DEPORT

10.30 Atletis
Mundo en Pis
(Nanjing):
TDP
13.25 Ba
la Rein
(15
se
1
L
H
El
La

ALERTA
EL DIARIO DE CANTABRIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 35
AVE: 700 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN:
OTS:
SECCIÓN: ESPECIAL

22 Marzo, 2025



Dos familias

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer por un error cometido en el hospital.



SERIE MOVISTAR+

El Día de Soria

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 59
AVE: 191 €
ÁREA: 3 CM² - 10%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 539
OTS:
SECCIÓN: TELEVISION



FICCIÓN

Un dilema en Cornualles

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, *Dos familias* narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

MOVISTAR PLUS+ / **- (SÁBADO)**

Diario de Burgos

PAÍS: España
PÁGINAS: 67
AVE: 404 €
ÁREA: 2 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5441
OTS: 58000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



Un dilema en Cornualles

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, *Dos familias* narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

MOVISTAR PLUS+ / -

Diario de Ávila

PAÍS: España
PÁGINAS: 51
AVE: 327 €
ÁREA: 2 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 823
OTS: 7000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



Un dilema en Cornualles

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, *Dos familias* narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

MOVISTAR PLUS+ / -

DIARIO PALENTINO

PAÍS: España
PÁGINAS: 51
AVE: 327 €
ÁREA: 2 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1655
OTS: 14000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



Un dilema en Cornualles

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, *Dos familias* narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

MOVISTAR PLUS+ / -

La Tribuna ALBACETE LA VERDAD

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 269 €
ÁREA: 2 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 972
OTS: 16000
SECCIÓN: TELEVISION

22 Marzo, 2025



Un dilema en Cornualles

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, *Dos familias* narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

MOVISTAR PLUS+ / -

El Día de Valladolid

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 59
AVE: 358 €
ÁREA: 3 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2518
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION



FICCIÓN

Un dilema en Cornualles

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, *Dos familias* narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

MOVISTAR PLUS+ / **- (SÁBADO)**

El Día de Segovia

22 Marzo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 51
AVE: 185 €
ÁREA: 3 CM² - 10%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 681
OTS:
SECCIÓN: TELEVISION



FICCIÓN

Un dilema en Cornualles

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, *Dos familias* narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos fueron intercambiados al nacer por un error en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

MOVISTAR PLUS+ / **- (SÁBADO)**

La Nueva España

PAÍS: España
PÁGINAS: 62
AVE: 728 €
ÁREA: 7 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 27071
OTS: 173000
SECCIÓN: OCIO

23 Marzo, 2025



Series

Dos familias

Intercambiados al nacer

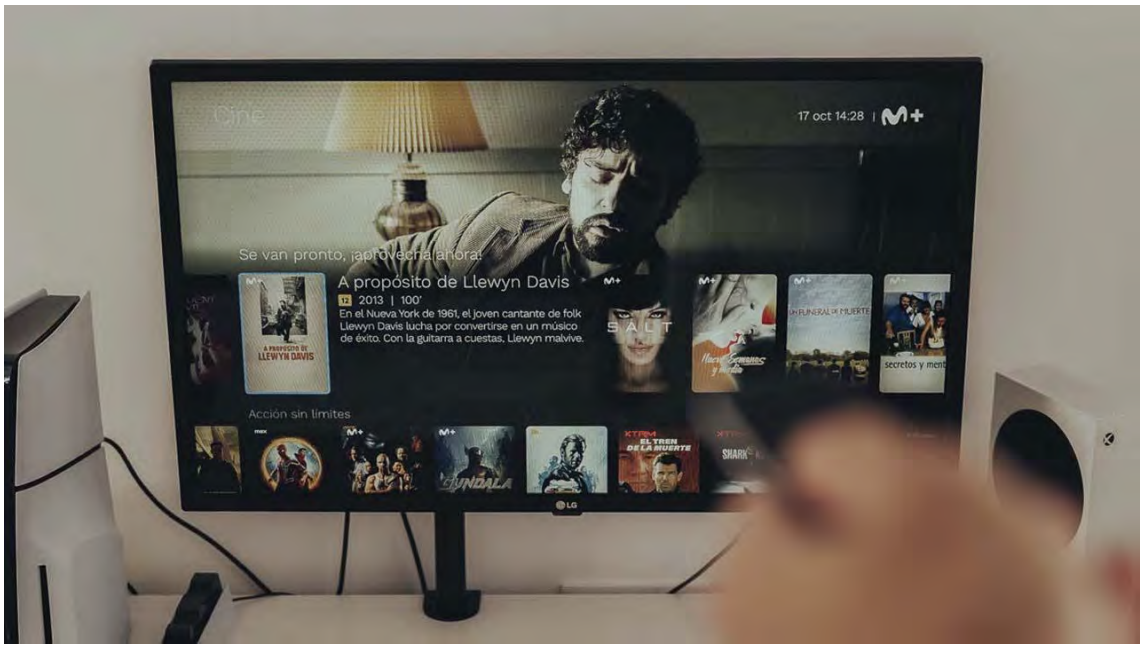


Pete y Maddie viven felices con su hijo de 2 años, Theo, en un tranquilo pueblo costero de Cornualles. Sin embargo, su mundo se desmorona cuando reciben una llamada del hospital informándoles de que Theo no es su hijo biológico y que, debido a un error en la maternidad de prematuros, se produjo un cambio. Atónitos, descubren que su verdadero hijo se llama David y ha sido criado por Miles, un empresario influyente, y por su esposa, Lucy. Inicialmente, ambas parejas intentan un acuerdo amistoso para mantener el vínculo con sus hijos biológicos, pero Miles no está de acuerdo. Pronto se desencadena una batalla legal despiadada que amenaza con sembrar el caos en la vida de todos ellos. **Movistar Plus+**

Operadores

Movistar Plus+ tiene lista la programación con el mejor cine musical para su nuevo canal temático

Miguel Ángel Muñoz | Publicado el 25 de marzo, 2025 · 12:00



Desde hace un poco más de un mes que los abonados ya conocen la llegada de este nuevo canal temático a la parrilla de **Movistar Plus+**. Sin embargo, es ahora cuando se conoce más a fondo cuál es la programación que tiene lista este nuevo dial para los espectadores. Y es que si quieres saber qué puedes ver durante los primeros días, aquí puedes encontrar los títulos que se emitirán a través de este nuevo canal.

Estar abonado a Movistar Plus+ te da la ventaja de disfrutar de diferentes canales temáticos que son temporales durante todos los meses. La televisión de pago de la operadora española se encarga de ir lanzando nuevos diales para que sus clientes no se cansen al ver siempre los mismos diales. Por lo que así va rotando en cierta medida los diales exclusivos de su TV.

Los mejores musicales desde el 27 de marzo

Este canal en particular llega a la televisión del operador azul tras el éxito de 'Emilia Pérez'. El exitoso 'naromusical' es capaz de abrir las puertas del mejor cine musical en Movistar Plus+. Por esto mismo, en este esta televisión te espera este nuevo canal que comenzará a **emitir el 27 de marzo** y pondrá fin a sus emisiones el próximo 27 de abril. En cualquier caso, durante todo un mes, si eres abonado a esta TV podrás ver un amplío catálogo de cine con los mejores musicales que son remakes de otros musicales, historias de intriga, traición… y mucho más. Y todo a través del dial 18: '**Musicales por M+**'.

Para que puedas tener una idea más clara del cine que te espera en este nuevo canal temático temporal, estos son algunos de los títulos que se podrán ver: 'Moulin Rouge', 'Los miserables', 'The Rocky Horror Picture Show', 'Jesucristo Superstar', 'Chicago', 'Grease', 'Hairspray', 'Mamma Mia!', 'Al otro lado de la cama', entre otros muchos. Lo que está claro es que hay títulos que «*rompieron los esquemas al ritmo de ABBA, David Bowie o Los Rodríguez*«.



Ahora bien, ya se puede ver los primeros días de programación de este próximo canal. Por lo que si tienes algo de curiosidad, aquí tienes parte de la programación que te espera:

Jueves 27 de marzo

- Empieza el espectáculo a las 12:00 horas
- The Rocky Horror Picture Show a las 14:00 horas
- Moulin Rouge a las 15:38 horas
- El color púrpura a las 17:43 horas
- Hairspray a las 20:03 horas
- Chicago a las 22:00 horas
- Los miserables a las 23:50 horas

Viernes 28 de marzo

- El violinista en el tejado a las 07:45 horas
- Jesucristo Superstar a las 10:38 horas
- Camino a Belén a las 12:23 horas
- Evita a las 14:03 horas
- Mamma Mia! a las 16:15 horas
- Mamma Mia! Una y otra vez a las 18:00 horas
- Granujas a todo ritmo a las 19:50 horas
- El gran showman a las 22:00 horas
- Grease a las 23:45 horas

Sábado 29 de marzo

- Grease 2 a las 01:35 horas
- Hair a las 03:25 horas
- American Pop a las 05:23 horas
- El pequeño príncipe a las 06:55 horas
- Forever Young a las 08:25 horas
- Todo dicen I Love You a las 09:55 horas
- El otro lado de la cama a las 11:35 horas
- Sweeny Todd: El barbero diabólico de la calle Fleet a las 13:20 horas
- Emilia Pérez a las 15:25 horas
- Los miserables a las 17:40 horas
- Jesucristo Superstar a las 20:14 horas
- Moulin Rouge a las 22:00 horas

Domingo 30 de marzo

- Chicago a las 00:05 horas
- Los productores a las 01:57 horas
- The Doors a las 04:07 horas
- Siempre locos a las 06:25 horas
- El fantasma del paraíso a las 08:00 horas
- Hairspray a las 09:30 horas
- Grease a las 11:24 horas
- Grease 2 a las 13:12 horas
- El gran showman a las 15:05 horas
- Chicago a las 16:50 horas
- Camino a Belén a las 18:42 horas
- Todo dicen I Love You a las 20:19 horas
- El otro lado de la cama a las 22:00 horas
- Rabos: El musical a las 23:48 horas

Computer Hoy

Movistar Plus+ se inventa un nuevo canal para todos sus clientes, aunque solo tendrás un mes para disfrutarlo

Movistar Plus+ ha ampliado su catálogo con Musicales por M+, un nuevo canal temporal que estará disponible para todos los clientes durante un mes. La operadora ha revelado la programación del primer fin de semana.



Claudia Pacheco 25 mar. 2025 16:00h.

Movistar Plus+ inició el año con medidas polémicas como la desaparición de 14 canales de su plataforma de streaming y el aumento del precio de las tarifas de fibra y móvil que incluyen este servicio. La operadora de telefonía está dispuesta a convencer de nuevo a los usuarios y apuesta de lleno por los canales pop-up.

Movistar ha aumentado su catálogo de la mano de la BBC, pero los canales temporales son una de sus estrategias para competir con servicios como DIGI TV. La operadora ha añadido emisoras como Los 90 por M+ en el dial 15 disponible desde el 20 de marzo, o cine histórico con De época por M+ que estuvo disponible desde el 13 de febrero hasta el 16 de marzo.

Movistar Plus+ amplía su oferta de cine



La plataforma de streaming de Movistar añade un nuevo canal durante un mes.

Uno de los productos más consumidos de Movistar Plus+ son los partidos de fútbol de LaLiga, la plataforma de streaming ha anunciado que añadirá un nuevo canal de cine durante un mes, Musicales por M+.

El canal temporal llegará a Movistar Plus+ el próximo 27 de marzo con un catálogo de musicales desde los años 70. La operadora también ofrece estrenos como una de las favoritas de los Oscar, Emilia.Pérez¡

Este nuevo canal traerá musicales tan populares como Moulin. Rouge, Los. miserables o The. Rocky. Horror. Picture. Show, y algunos clásicos de este género como Jesucristo.Superstar, Chicago o la mítica Grease.

Musicales por M+ estará disponible para todos los suscriptores del servicio de streaming de Movistar Plus+, incluso para el paquete básico de 9,99 euros al mes.

Movistar Plus+ ha adelantado la programación de Musicales por M+

El nuevo canal de Movistar Plus+ llegará a la plataforma para todos los usuarios desde el próximo 27 de marzo y se quedará en la parrilla hasta el 27 de abril.

Los espectadores podrán disfrutar de una colección de musicales durante un mes. La operadora ha revelado la programación de los primeros días:

Jueves 27 de marzo

- 12:00 - Empieza el espectáculo
- 14:00 - The Rocky Horror Picture Show
- 15:38 - Moulin Rouge

- 17:43 - El color púrpura
- 20:03 - Hairspray
- 22:00 - Chicago
- 23:50 - Los miserables

Viernes 28 de marzo

- 07:45 - El violinista en el tejado
- 10:38 - Jesucristo Superstar
- 12:23 - Camino a Belén
- 14:03 - Evita
- 16:15 - Mamma Mia!
- 18:00 - Mamma Mia! Una y otra vez
- 19:50 - Granujas a todo ritmo
- 22:00 - El gran showman
- 23:45 - Grease
- 01:35 - Grease 2
- 03:25 - Hair
- 05:23 - American Pop

Sábado 29 de marzo

- 06:55 - El pequeño príncipe
- 08:25 - Forever Young
- 09:55 - Todos dicen I Love You
- 11:35 - El otro lado de la cama
- 13:20 - Sweeney Todd: El barbero diabólico de la calle Fleet
- 15:25 - Emilia Pérez
- 17:40 - Los miserables
- 20:14 - Jesucristo Superstar
- 22:00 - Moulin Rouge
- 00:05 - Chicago
- 01:57 - The Producers
- 04:07 - The Doors

Domingo 30 de marzo

- 06:25 - Siempre locos
- 08:00 - El fantasma del paraíso
- 09:30 - Hairspray
- 11:24 - Grease
- 13:12 - Grease 2
- 15:05 - El gran showman
- 16:50 - Chicago
- 18:42 - Camino a Belén
- 20:19 - Todos dicen I Love You

- 22:00 - El otro lado de la cama
- 23:48 - Rabos: El musical
- 01:13 - Granujas a todo ritmo
- 03:23 - El violinista en el tejado

Movistar ha seleccionado desde musicales ganadores de los premios Oscar hasta remakes y clásicos que llenaron las salas de cine unas décadas atrás.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 43
AVE: 52630 €
ÁREA: 634 CM² - 77%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49152
OTS: 758000
SECCIÓN: CULTURA

26 Marzo, 2025





Shiori Itô (izquierda) y su abogada Yoko Nishihiro, en una imagen de *Black Box Diaries*.

La directora Shiori Itô reeditará 'Black Box Diaries', donde relata su violación, tras bloquearse el estreno en su país por el uso de material captado sin permiso

Grabaciones sin consentimiento en el documental del Me Too japonés

GONZALO ROBLEDO
Tokio

La polémica por el uso de grabaciones clandestinas y material no autorizado ha frenado el estreno en Japón del documental *Black Box Diaries*, la crónica de la cineasta Shiori Itô sobre su propia violación y su lucha para llevar a su agresor ante la justicia. El documental estuvo nominado al Oscar, ha sido premiado en una veintena de festivales internacionales, se distribuyó en al menos 50 países y se puede ver en plataformas fuera de Japón, entre ellas Filmin y Movistar Plus+ en España.

Yoko Nishihiro, la abogada que representó a Itô durante más de ocho años en la batalla legal contra Noriyuki Yamaguchi, un influyente periodista cercano a la cúpula del gubernamental Partido Liberal Democrático (PLD), exige ahora reeditar el largometraje para proteger la identidad de varios testigos clave. También pide cortar imágenes captadas en la noche del 3 de abril de 2015 por las cámaras de seguridad del hotel Sheraton Miyako Tokyo, donde aparece la llegada de un taxi llevando a Itô, entonces becaria de la agencia Reuters, y a Yamaguchi, corresponsal en Washington de la cadena televisiva TBS (Tokyo Broadcasting System). Itô, que en ese entonces tenía 25 años, había aceptado una invitación a cenar para hablar de la posibilidad de un empleo y en el documental cuenta que antes de subir al taxi había sentido mareos. La directora emitió un comunicado en el que ofrece disculpas por usar grabaciones sin permiso de los afectados y anuncia una versión reeditada, aunque insiste en que el uso del material responde "al interés público".

El vídeo del hotel muestra a Yamaguchi forcejeando durante casi un minuto dentro del taxi con Itô hasta que logra sacarla del vehículo y la lleva en volandas por el vestíbulo, porque la mujer, que parece drogada, apenas puede caminar. Itô cuenta que despertó casi seis horas más tarde con Yamaguchi encima de ella y tras liberarse y rogarle que le devolviera su ropa interior, abandonó el hotel. La insuficiencia de pruebas y el alto perfil del agresor —y la supuesta intervención de poderosas fuerzas políticas— impide que su denuncia progrese ante la justicia penal. Itô, que desde el inicio de su odisea toma apuntes y graba en secreto las conversaciones con fiscales e investigadores por temor a no ser creída, decidió hacer público su caso en una rueda de prensa en mayo de 2017.

Su decisión, inusual en un país donde el temor al estigma social se refleja en una tasa casi anecdótica de denuncias por agresión sexual (cercana al 5%, en España es el 8%), coincidió con el auge mundial del movimiento Me Too. Ese mismo año, Itô publicó su libro *Black Box Diaries* (Diarios de la caja negra), título que hace referencia a la metáfora usada por uno de los fiscales para describir la dificultad del caso y asociado por Itô a la opacidad del sistema judicial japonés al tratar los delitos sexuales. Dos años más tarde, en diciembre de 2019, un tribunal civil en Tokio sentenció a Yamaguchi a indemnizar a Itô con 3,3 millones de yenes (unos 20.000 euros) por agresión sexual y relación sin consentimiento. Según la abogada Nishihiro, el vídeo de la llegada del taxi fue entregado como evidencia por el hotel con la condición de que no se utilizara fuera del ámbito jurídico. "Itô firmó esa promesa y, confiando en que ella la acataría, yo también la firmé", declaró Nishihiro ante la prensa en el Club de Corresponsales Extranjeros de Japón (FCCJ, por sus siglas en inglés) el 20 de febrero.

La abogada explicó que se enteró de la existencia de la película cuando *Black Box Diaries* fue seleccionada para festival de Sundance, en diciembre de 2023. Pudo verla en 2024, en una presentación en una universidad, y se sorprendió al encontrar que Itô también había grabado las conversaciones telefónicas con ella sin autorización. "Me sentí devastada", aseguró. La protesta de Nishihiro se extiende a secuencias en las que aparece el taxista describiendo la ruta tomada la noche de los hechos, y aquellas en la que un detective sugiere la injerencia de las altas esferas para proteger a Yamaguchi, amigo del entonces primer ministro Shinzo Abe y autor de dos libros biográficos sobre el poderoso político nacionalista asesinado a tiros en medio de un mitin electoral en julio de 2022. La voz del detective, identificado como "Investigador A", se oye sin distorsión cuando cuenta cómo fue enviado con otros policías al aeropuerto de Tokio a detener a Yamaguchi, pero recibió una llamada de su superior abortando la operación en el último momento.

Al comentar la posición de Nishihiro, el abogado penalista Daisuke Sugiyama, autor de un artículo sobre el caso en el portal *Yahoo News Japan*, pide recordar que los abogados solo pueden solicitar información mediante peticiones no vinculantes y tienen una "capacidad limitada" para obtener pruebas. En una videollamada, Sugiyama explica que "al depender de la cooperación de terceros, es necesario mantener la confianza pues, si se pierde, su capacidad para litigar eficazmente se ve afectada".

El diario liberal *Asahi Shimbun*, uno de los de mayor circulación, pidió en un editorial modificar la obra cuanto antes para que el público japonés pueda discutir la problemática social expuesta en el documental. En una de las sesiones parlamentarias incluidas en el largometraje, un diputado critica la legislación "basada en valores patriarcales" que "solo permite demostrar una violación con violencia física severa y amenazas, y no con la falta de consentimiento". En otro momento, Itô muestra que ha subrayado en su cuaderno los "110 años" de antigüedad de la ley japonesa para las violaciones (de 1907) y los "13 años" de la edad de consentimiento sexual, una de las más bajas del mundo. En junio de 2023, Japón elevó la edad de consentimiento sexual a 16 años e ilegalizó todas las relaciones sexuales no consentidas sin excepción.

Hiroyoshi Sunakawa, especialista en Sociología de los Medios de la Universidad Rikkyo, asegura en un correo electrónico que el debate debe servir para mejorar la gestión de los derechos de imágenes y considera que la controversia "confirma la dificultad para denunciar los crímenes sexuales en Japón", un país que ocupa el puesto 125 (de un total de 146) en el índice mundial de igualdad de género. Un portavoz de Star Sands, la distribuidora de la película, asegura que aún no se puede hablar de un plan de distribución para Japón.

El dato

50

países han proyectado el filme sobre la lucha de Shiori Itô. En España se puede ver en Filmin y Movistar+. Ha sido premiado en una veintena de festivales internacionales y estuvo nominado al Oscar.

La cineasta registró conversaciones con fiscales e investigadores

La abogada que la defendió ocho años ha pedido la retirada de varias escenas

EL PAÍS

CINE

‘Black Box Diaries’: el documental sobre el MeToo en Japón candidato al Oscar que no ha podido verse en su país

La película de Shiori Itô sobre su propia violación y la lucha para llevar al agresor ante la justicia ha sido premiada en una veintena de festivales internacionales, pero se enfrenta a numerosas trabas legales en Japón



Shiori Itô eleva una pancarta sonde se lee “Victoria”, en japonés, después de ganar su demanda contra el periodista Noriyuki Yamaguchi, en 2019. Foto: Takashi Aoyama (Getty Images)

Gonzalo Robledo Tokio - 26 MAR 2025 - 05:15 CET

La polémica por el uso de grabaciones clandestinas y material no autorizado ha frenado el estreno en Japón del documental Black Box Diaries, la crónica de la cineasta Shiori Itô sobre su propia violación y su lucha para llevar a su agresor ante la justicia. El documental estuvo nominado al Oscar, ha sido premiada en una veintena de festivales internacionales, se distribuyó en al menos 50 países y se puede ver en plataformas fuera de Japón, entre ellas Filmin y Movistar Plus+ en España.

Yoko Nishihiro, la abogada que representó a Itô durante más de ocho años en la batalla legal contra Noriyuki Yamaguchi, un influyente periodista cercano a la cúpula del gubernamental Partido Liberal Democrático (PLD), exige ahora reeditar el

largometraje para proteger la identidad de varios testigos clave. También pide cortar imágenes captadas en la noche del 3 de abril de 2015 por las cámaras de seguridad del hotel Sheraton Miyako Tokyo, donde aparece la llegada de un taxi llevando a Itô, entonces becaria de la agencia Reuters, y a Yamaguchi, corresponsal en Washington de la cadena televisiva TBS (Tokyo Broadcasting System). Itô, que en ese entonces tenía 25 años, había aceptado una invitación a cenar para hablar de la posibilidad de un empleo y en el documental cuenta que antes de subir al taxi había sentido mareos. La directora emitió un comunicado en el que ofrece disculpas por usar grabaciones sin permiso de los afectados y anuncia una versión reeditada, aunque insiste en que el uso del material responde "al interés público".

El vídeo del hotel muestra a Yamaguchi forcejeando durante casi un minuto dentro del taxi con Itô hasta que logra sacarla del vehículo y la lleva en volandas por el vestíbulo, porque la mujer, que parece drogada, apenas puede caminar. Itô cuenta que despertó casi seis horas más tarde con Yamaguchi encima de ella y tras liberarse y rogarle que le devolviera su ropa interior, abandonó el hotel. La insuficiencia de pruebas y el alto perfil del agresor —y la supuesta intervención de poderosas fuerzas políticas— impide que su denuncia progrese ante la justicia penal. Itô, que desde el inicio de su odisea toma apuntes y graba en secreto las conversaciones con fiscales e investigadores por temor a no ser creída, decidió hacer público su caso en una rueda de prensa en mayo de 2017.



Shiori Itô, a la izquierda, y su abogada Yoko Nishihiro en el documental 'Black Box Diaries'.

Su decisión, inusual en un país donde el temor al estigma social se refleja en una tasa casi anecdótica de denuncias por agresión sexual (cerca al 5%, en España es el 8%), coincidió con el auge mundial del movimiento #MeToo. Ese mismo año, Itô publicó su libro Black Box Diaries (Diarios de la caja negra), título que hace referencia a la

metáfora usada por uno de los fiscales para describir la dificultad del caso, y asociado por Itô a la opacidad del sistema judicial japonés al tratar los delitos sexuales. Dos años más tarde, en diciembre de 2019, un tribunal civil en Tokio sentenció a Yamaguchi a indemnizar a Itô con 3,3 millones de yenes (unos 20.000 euros) por agresión sexual y relación sin consentimiento.

Según la abogada Nishihiro, el vídeo de la llegada del taxi fue entregado como evidencia por el hotel con la condición de que no fuera usado fuera del ámbito jurídico. "Itô firmó esa promesa y confiando en que ella la acataría, yo también la firmé", declaró Nishihiro ante la prensa en el Club de Corresponsales Extranjeros de Japón (FCCJ, por sus siglas en inglés) el pasado 20 de febrero, poco después de que se anunciaran las nominaciones al Oscar. "Temo perder credibilidad y no poder seguir apoyando a las víctimas de violencia sexual", afirmó.

La abogada explicó que se enteró de la existencia de la película cuando Black Box Diaries fue seleccionada para festival de Sundance en diciembre de 2023. Pudo verla en 2024, en una presentación en una universidad, y se sorprendió al encontrar que Itô también había grabado las conversaciones telefónicas con ella sin autorización. "Me sentí devastada", aseguró. La protesta de Nishihiro se extiende a secuencias en las que aparece el taxista describiendo la ruta tomada la noche de los hechos, y aquellas en la que un detective sugiere la injerencia de las altas esferas para proteger a Yamaguchi, amigo del entonces primer ministro Shinzo Abe y autor de dos libros biográficos sobre el poderoso político nacionalista asesinado a tiros en medio de un mitin electoral en julio de 2022. La voz del detective, identificado como "Investigador A", se oye sin distorsión cuando cuenta cómo fue enviado con otros policías al aeropuerto de Tokio a detener a Yamaguchi, pero recibió una llamada de su superior abortando la operación en el último momento.

Al comentar la posición de Nishihiro, el abogado penalista Daisuke Sugiyama, autor de un artículo sobre el caso en el portal Yahoo News Japan, pide recordar que los abogados solo pueden solicitar información mediante peticiones no vinculantes y tienen una "capacidad limitada" para obtener pruebas. En una videollamada, Sugiyama explica que "al depender de la cooperación de terceros es necesario mantener la confianza pues, si se pierde, su capacidad para litigar eficazmente se ve afectada".

El diario liberal Asahi Shimbun, uno de los de mayor circulación, pidió en un editorial modificar la obra cuanto antes para que el público japonés pueda discutir la problemática social expuesta en el documental. En una de las sesiones parlamentarias incluidas en el largometraje, un diputado critica la legislación "basada en valores patriarcales" que "solo permite demostrar una violación con violencia física severa y amenazas, y no con la falta de consentimiento".

En otro momento, Itô muestra que ha subrayado en su cuaderno los “110 años” de antigüedad de la ley japonesa para las violaciones (de 1907) y los “13 años” de la edad de consentimiento sexual, una de las más bajas del mundo. En junio de 2023, Japón elevó la edad de consentimiento sexual a 16 años e ilegalizó todas las relaciones sexuales no consentidas sin excepción.



Shiori Itô, a la izquierda, y su abogada Yoko Nishihiro después de una rueda de prensa en Tokio, en 2019. KIM KYUNG-HOON (Reuters)

El especialista en Sociología de los Medios de la Universidad Rikkyo, Hiroyoshi Sunakawa, asegura en un correo electrónico que la polémica sobre el vídeo no autorizado es secundaria y que el debate debe servir para mejorar la gestión de los derechos de imágenes que, en este caso, considera “absolutamente necesarias”. Añade que la controversia “confirma la dificultad para denunciar los crímenes sexuales en Japón” un país que, subraya, ocupa el puesto 125 en el índice mundial de desigualdad de género. Un portavoz de Star Sands, la distribuidora de la película, aseguró a EL PAÍS que aún no se puede hablar de un plan de distribución para Japón.

MUNDODEPORTIVO

Actualidad

PLATAFORMAS

'La caza del solitario', el nuevo true crime de Carles Porta en Movistar Plus+: una de las investigaciones policiales más emblemáticas de la crónica negra española

• Disfruta de esta serie en Movistar Plus+ por solo 9,99€ al mes



Redacción Actualizado a 25/03/2025 16:43 CET

Tras el final de la quinta temporada de 'Crims' en TV3, Carles Porta vuelve a ponerse al frente de una nueva serie de true crime que pretende cosechar el mismo éxito que ha tenido la producción del de Lleida en la televisión catalana. 'La caza del solitario' se estrenará, bajo suscripción, el próximo 10 de abril en Movistar Plus+.

Como suele hacer capítulo tras capítulo en 'Crims', Porta disecciona uno de los casos más mediáticos de la crónica negra española con su habitual rigor y respeto y su estilo narrativo y visual muy cinematográfico. Esta vez la historia se contará dividida en 3 episodios.

Sinopsis de 'La caza del solitario'

El asesinato de dos guardias civiles en Castejón, Navarra, en 2004, es el punto de partida de una de las investigaciones policiales más emblemáticas de la crónica negra española. Las balas recogidas en la escena del crimen apuntan a un atracador que lleva diez años saqueando bancos impunemente.



Es un personaje misterioso que se oculta tras un disfraz, le llaman 'El solitario'. Conseguir ponerle nombre y dar con él se convertirá en una obsesión para la Guardia Civil y la Policía Nacional. Un thriller policial con multitud de giros de guion en el que la tensión nunca cae.

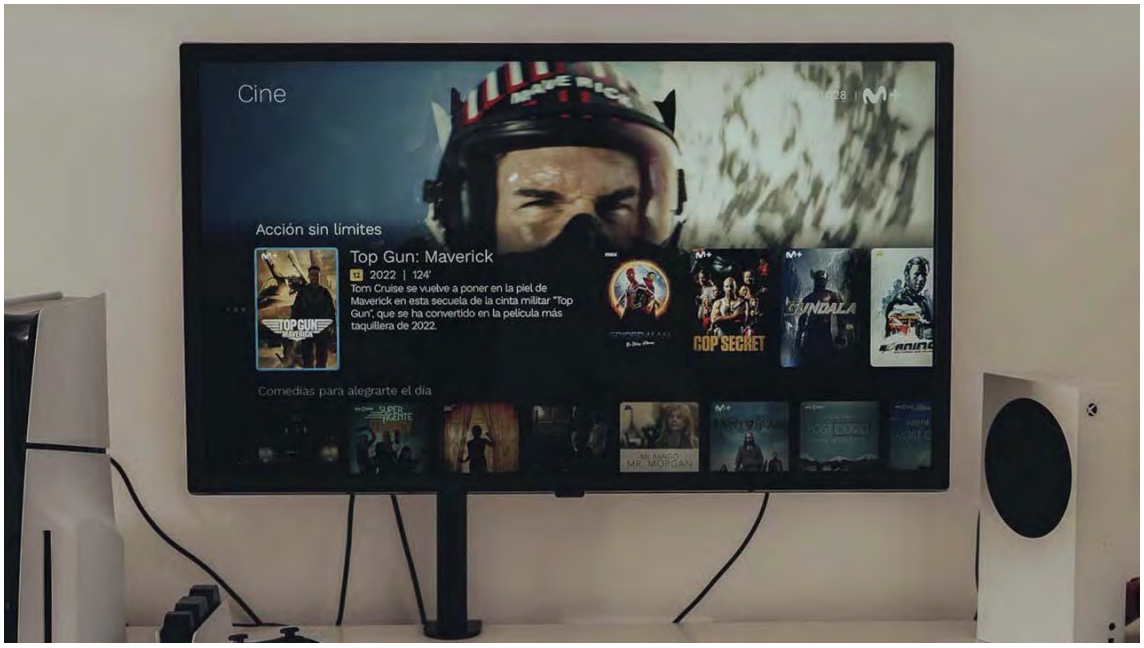


Días antes del estreno en Movistar Plus+, el próximo 27 de marzo, el Festival Crossover de San Sebastián estrenará 'La caza del solitario' proyectando el primer episodio de la serie. Posteriormente, habrá un coloquio con Carles Porta en el que hablará en primera persona sobre los puntos más importantes de su nuevo true crime.

Streaming TV

Movistar Plus+ ya tiene previsto el estreno de una de las películas más controvertidas de los Oscar: llega el 28 de marzo

Roberto Torres | Publicado el 25 de marzo, 2025 · 18:30



Movistar Plus+ ha dado el pistoletazo de salida a una de las grandes películas que pudo triunfar en la alfombra roja de los Oscar y que finalmente terminó tropezando por las escaleras del escenario. Se trata ni más ni menos que de **Emilia Pérez**, la ambiciosa producción francesa, en colaboración con los estudios audiovisuales de México, un melodrama musical en estado puro que quiso demostrar su valía, pero que finalmente quedará en el recuerdo como la gran perdedora de la última gala.

No es ninguna sorpresa el anuncio de la compañía azul, ya se vio con antelación cuáles iban a ser todos las películas que formarían parte de su catálogo en este mes de marzo, pero lo cierto es que había que dar cabida a este largometraje que causó una gran polémica por la gran cantidad de nominaciones a los Oscar que ostentó, batiendo prácticamente todos los récords en 13 posibles candidaturas que la posicionaban como una de las más prestigiosas de la historia de la Academia.

Tras una noche que seguramente sus responsables quieran olvidar, la película de coproducción francesa-mexicana aterriza en Movistar Plus+ para todos sus clientes, y que podrás ver si tienes activa una suscripción a la plataforma de streaming de la teleoperadora, seas del operador que seas.

La polémica de Emilia Pérez

No cabe duda que durante 2024 se vivió un periodo de cine de gran esplendor, pero al mismo tiempo estuvo acompañado por una de las situaciones más controvertidas que no ha hecho más que generar debate entre todos aquellos críticos cineastas y usuarios que la han podido degustar. Su estreno ha estado empañado por continuas situaciones polémicas que chocaban directamente con la representación de la cultura mexicana, y que salpicó directamente en el malestar de su público.

No obstante, también se envolvieron de odio comentarios anitguos publicados por una de las protagonistas de la película, Karla Sofía Gascón, nominada a Mejor actriz, en los que expresaba mensajes vejatorios hacia la comunidad musulmana y lanzaba su malestar con la dirección de los Oscar, pero, debido a la trasgresión de los hechos. Pero, finalmente, se disculpó.

A pesar de este pequeño bache, Emilia Pérez obtuvo la nominación de 13 de Oscar, de los cuales solamente acabó ganando dos, uno a Mejor actriz de reparto para Zoe Saldaña y otro a Mejor canción origianal «El Mal». Sin duda, se trata de los mayores fiascos de la historia de Hollywood, ya que se preveía su triunfo en una cita mágica para la actriz española.

De qué trata la película

Si eres fan de los musicales, no te puedes perder Emilia Pérez en Movistar Plus+ el próximo 28 de marzo. Después de haberse estrenado únicamente en la plataforma de Netflix para Estados Unidos en noviembre de 2024 y en los cines de España el 5 de diciembre, ahora, los clientes del servicio de televisión de la teleoperadora podrán deleitarse con su gran puesta en escena.

Su trama gira en torno a la vida de un narcotraficante que quiere someterse a una operación de cambio de sexo y, para hacerlo posible, contrata los servicios de Rita, una abogada muy reputada que tendrá que desempeñar un duro trabajo para convertir su identidad en Emilia Pérez. El objetivo principal del delincuente es apartarse de todo lo que le rodea para huir y transformarse en la mujer que siempre quiso ser.


FESTIVAL DE CANNES
EMILIA PÉREZ
UN FILM DE
JACQUES AUDIARD
FESTIVAL DE CANNES

AZ ›

neeo 26 de marzo de 2025



Movistar Plus+ estrena Emilia Pérez el viernes 28 de marzo

26 de marzo de 2025

Rita, una sobrecualificada e infravalorada abogada, un día recibe una cuantiosa e inesperada oferta: ayudar a Manitas, el temido jefe de un cartel, a retirarse de su negocio y desaparecer para siempre convertido en la persona que siempre soñó ser.

El musical de Jacques Audiard, uno de los fenómenos de la temporada, acaba de ganar dos premios Oscar, se hizo con cuatro Globos de Oro, ha sido Goya a Mejor película europea, obtuvo siete premios César y sus cuatro protagonistas se llevaron la Palma de oro de Cannes a Mejor actriz y obtuvo el Premio del Jurado

La española Karla Sofía Gascón protagoniza esta película fascinante por la que ha sido nominada a mejor actriz en los Oscar y acaba de ganar el premio de la Unión de Actores y Actrices a Mejor actriz en Producción Internacional

Junto al estreno de 'Emilia Pérez' el viernes 28 de marzo Movistar Plus+ ofrece una programación especial con los mejores musicales de los últimos 50 años



neeo 26 de marzo de 2025

THEOBJECTIVE

Cultura

Catalina de Médici, la reina serpiente: la mente de una mujer contra la fuerza de un imperio

Movistar+ estrenó hace poco la segunda temporada de esta trepidante serie



Imagen promocional de 'La reina serpiente'.

Gema Lendoiro 26/03/2025 • 04:30

Si uno se sienta en una tarde lluviosa, y de estas hemos tenido unas cuantas últimamente, a bichear en una plataforma de streaming y se encuentra con una serie ambientada en la Francia del siglo XVI, aderezada con música de la súper Patti Smith, PJ Harvey, Charlotte Gainsborouhg, Marianne Faithfull, Peaches, The Slits o Doro, por ejemplo, está claro que está en su día de suerte.

La serie, que se estrenó el pasado año, inexplicablemente no ha tenido la misma acogida que otras, digamos, menos interesantes como Valeria, una suerte de chorrada inverosímil que entretiene y poco más. La reina serpiente cumple no solo con esa premisa, entretener, además enseña porque es bastante rigurosa para lo que suelen ser las series con los hechos históricos y, además, está bien hecha. ¿Qué más se puede pedir? Sí, ya sabemos que hay una disquisición entre los más exquisitos con el rigor histórico y la ficción. Pero hablamos de series.

Si bien poner a una actriz negra como Ana Bolena es pasarse un pelín, no creo que sea para tanto hacer hablar a los protagonistas del XVI como lo harían en el siglo XXI. Tiene su punto y, además, puestos a ponernos puristas, si un autor decidiera plasmar exactamente la forma de hablar de dicha época, créanme, nos enteraríamos entre poco y nada. La serie, además, está llena de diálogos plagados de humor negro… Poner a la pobre María Estuardo como una fanática religiosa que solo piensa en la Virgen María y por eso a todas sus damas les pone de nombre el de la la Madre de Dios, es un puntazo que, quién sabe, lo mismo sí fue real. Hace gracia en el XXI, pero tampoco sabemos si quizás les hubiera hecho reír en el XVI. ¿Dónde está documentado que no existiera dicho humor hace 400 años?

¿Quién fue Catalina de Médici?

Maquiavélica, envenenadora, perversa, astuta, inteligente, mala… la pobre Catalina, de todo lo que se ha dicho de ella (salvo su impresionante cerebro), es todo malo. La Historia no deja en buen lugar casi nunca a las mujeres que destacaron en un mundo lleno de hombres. Entender el siglo XVI (o cualquier época pasada) con nuestra mentalidad es la mejor manera para no comprender nada y, por consiguiente, llegar a aborrecer la historia. Quizás por eso hay tanta gente que la detesta, porque se la explicaron así de mal, cuando es algo apasionante, es la conjugación de la prensa rosa y la política del pasado, todo en uno.

Catalina tuvo una vida muy difícil, llena de fuertes enemigos y, aun así, salió victoriosa. Tampoco podemos decir que fuera una feminista, puesto que ese concepto es actual. Pero sí que fue una mujer aguerrida que enseguida se dio cuenta, por las circunstancias personales que desde pequeña le tocó vivir, que solo ella podría salvarse a sí misma. Y vaya si lo hizo.

¿Cómo fue la infancia de Catalina de Médici?

Catalina se quedó huérfana de madre y padre antes de cumplir un mes. Su madre murió a los pocos días del parto por una sepsis derivada del mismo, algo muy común en aquella época donde no se había descubierto todavía la penicilina. En la serie se sugiere que se suicidó, pero es una licencia de muchas más que tiene la producción. En cuanto a su padre, falleció días más tarde a causa de una sífilis según la mayoría de los historiadores, aunque tampoco sabemos si es una verdad al 100%.

Lo que sí sabemos es que Catalina, con un mes de vida, no tenía padres y fue acogida por su abuela. De sus padres sí sabemos que él era un riquísimo heredero, Lorenzo II, de la archiconocida familia Médici de Florencia, dueños de una inmensa fortuna y famosos por ser los banqueros que solían prestar a los reyes, especialmente para las guerras que en aquella época eran el pan nuestro de cada día.

Y, eso sí, carecía apenas de sangre azul. Esto en el XVI no es una cuestión baladí. Era, por decirlo de alguna manera, una Marie Chantal Miller de ahora: mucho dinero, pero poco pedigrí. Sin embargo, su madre, Magdalena de la Tour Auvernia, sí poseía sangre noble, ya que descendía de una rama menor de los Borbones cuando estos todavía no eran apenas nada en Europa. Este hecho le facilitó a Catalina mejores vías para hacer un buen matrimonio. Casarse en el XVI sin ser princesa no era algo contemplable.

¿Con quién se casó Catalina de Médici?

La abuela paterna, Alfonsina Orsini, que la había acogido cuando se quedó huérfana, falleció al año, por lo que la pobre Catalina se quedaba sin parientes cercanos. Con una enorme fortuna, eso sí, pero sin ningún familiar cercano que se hiciera cargo de su infancia. Andaba por entonces rigiendo los destinos del papado su tío, Clemente VII, que, además de querer sinceramente a su sobrina, enseguida vio que casarla bien era una cuestión de negocios. Y así fue.

El rey francés de la época, el gran Francisco I, siempre había puesto el ojo en nuestra protagonista para casarla con alguno de sus hijos. No con el heredero porque la muchacha no tenía la suficiente sangre azul, pero sí, por ejemplo, con el segundo, Enrique. Y así fue como Catalina fue desposada con el hijo del monarca galo con tan solo 14 años. Él tenía la misma edad, por cierto.

Era una boda que beneficiaba mucho a ambas partes. A ella porque la emparentaba con la dinastía Valois y a él porque se casaba con una riquísima heredera… La muerte prematura de su tío el Papa, encargado de disponer el dinero de su herencia, dio al traste con buena parte de los planes iniciales; aun así, el matrimonio no se vio perjudicado.

¿Cómo fueron los primeros años de casada de Catalina de Médici?

Salvo la fortuna de la que era única propietaria, a Catalina todo se le puso en contra. En primer lugar, no fue en absoluto bien recibida por un pueblo francés que no tenía en gran estima a los florentinos (no podemos hablar de italianos ya que Italia como tal no empieza a existir hasta el siglo XX).

El hecho de que no fuera noble trajo suspicacias en la corte y, para más inri, la pobre tuvo que soportar la gran humillación de las humillaciones: que su marido estuviera profundamente enamorado de Diana de Poitiers, una mujer veinte años mayor que él, que lo tenía absolutamente embelesado por la belleza que esta poseía, además de ser una gran amante, amiga y fiel consejera, y que fuera de dominio público.

Diez años sin hijos, pero en el medio, Catalina

Enrique se pasaba las noches en la alcoba de Diana de Poitiers y no cumplía con su deber conyugal, por lo que difícilmente se podía quedar encinta. Pero los vientos se tornaron favorables para Catalina y, de manera totalmente repentina e inesperada,

falleció su cuñado Francisco, el heredero al trono, el que era el delfín. Lo hizo después de haberse bebido agua muy fría. ¿Les suena? Como cuenta la leyenda, murió Felipe el Hermoso. Y, sobre ambos, la sombra del envenenamiento. Pronto los ojos se pusieron en Catalina.

¿A quién beneficiaba más la muerte del heredero? Sin duda, a ella, ya que, con su muerte, su marido se convertía en delfín y ella en delfina, esto es, en la princesa heredera a la corona francesa. No estaba nada mal para una plebeya sin pedigrí. El copero que le había dado el agua al pobre finado era del séquito de Catalina, por lo que la italiana tenía poca escapatoria. Finalmente, no le pasó nada a ella, pero sí al pobre sirviente: su ejecución. En la serie es por descuartizamiento con cuatro caballos que tiran cada uno de cada extremidad. Si es usted sensible, sáltesela porque la escena es bastante descriptiva. El caso es que Catalina cambió de manera radical su estatus, ya que se convertía en la futura reina consorte, un hecho que hacía que apremiara todavía más, si cabe, la imperiosa necesidad de tener hijos. Cualquiera que tenga un mínimo conocimiento de la Historia sabrá que para una reina solo hay una obligación: dar hijos. En el caso de Francia, donde en esa época estaba vigente la ley sálica (su origen, de hecho, es de los reyes francos), era de obligado cumplimiento que diera un varón.

Diana de Poitiers, bastante más maquiavélica que Catalina, viendo que si esta no concebía podría ser repudiada, hizo todo lo posible para que su querido Enrique, su amante, fuera cada noche a la alcoba marital a cumplir con su deber. Esto es muy interesante porque Diana, astuta y vivaz, sabía aquello de que «más vale enemigo conocido que amigo por conocer». Si Catalina era repudiada y la nueva esposa que tomara el heredero no resultaba ser tan comprensiva con ella (Catalina aguantó estoicamente que su marido tuviera una amante oficial), sus privilegios se podrían ver cercenados. Así que puso todo su empeño para que los esposos copularan y llegara, por fin, el ansiado heredero.

Una prole de lo más generosa

Pero ni con esas había embarazo. Que Enrique y Catalina no vieran colmados sus deseos de descendencia empezó a preocupar de forma tan severa que, finalmente, se llamó a un experto doctor que analizó las partes íntimas de los esposos, concluyendo que, cambiando de postura sexual, se haría más viable el embarazo. Et voilà! Catalina empezó a tener hijos. Uno detrás de otro, hasta diez. Y todo esto, siendo ya la poderosa reina consorte de Francia y, en ocasiones, la reina regente, cada vez que su marido salía a guerrear. Ha de saber el lector que el XVI está plagado en Europa de guerras de religión: protestantes, hugonotes, calvinistas, luteranos, católicos… un conglomerado difícil de comprender y gestionar.

Pero la historia de Catalina regente, extensa, se la contaremos en una segunda parte el miércoles que viene. En ella veremos cómo, cuando muere su marido y ella se convierte en regente hasta en tres ocasiones, es cuando realmente alcanza el poder que le dio, verdaderamente, el sitio que hoy ocupa en la historia de Europa, el de una de las mujeres más listas, poderosas e influyentes en siglos.

Granma
LA HABANA, 25 DE MARZO DE 2025
ÓRGANO OFICIAL DEL COMITÉ CENTRAL DEL PARTIDO COMUNISTA DE CUBA

Catalina de Médici, medio en serio, medio en broma

La reina serpiente es claramente fagocitaria, repetitivamente cómica y absolutamente previsible, de acuerdo con los estándares oportunistas de la pantalla post #MeToo

Autor: **Julio Martínez Molina** | internet@granma.cu | 24 de marzo de 2025 22:03:06



Samantha Morton en el rol principal, lo mejor de la serie.

Al igual que los cuentos de hadas y las revistas del corazón, los audiovisuales sobre reyes, reinas y cortes siempre se han vendido bien. Incluso antes de los tiempos de Sissi (1955). Hay algo que compele a muchas personas a interesarse por tales escenarios de poder, fastuosidad, falsía y discriminación absoluta del resto de los seres humanos.

La aparición, en 2016, de la serie *The Crown*, primero en la BBC y luego en Netflix, redobló el afán temático dentro del territorio de la teleficción. Así, durante la década en curso han sido estrenados numerosos relatos seriales ambientados en los castillos europeos.

Uno de estos es *La reina serpiente* (2022–2024), que transmite la Televisión Cubana y respaldado por alabanzas en los medios internacionales; si bien donde las merece, principalmente, es en sus valores de producción y su escala de ambientación: regios, nunca mejor el término, dado el argumento de la obra.

Kathryn Busby, presidenta de Programación Original de Starz (la cadena productora, encargada también de La reina blanca, La princesa blanca o La princesa española, de similares asuntos cortesanos) promocionó de este modo su segunda temporada:

«*La reina serpiente* es claramente moderna, oscuramente cómica y absolutamente inesperada. La historia de Catalina de Médici es el complemento perfecto para nuestra programación femenina, y la brillante interpretación de Samantha Morton de esta reina despiadada, encantadora y astuta es la base de toda la producción. Estamos encantados de develar más de su increíble vida y reinado en esta temporada, que promete ser aún más provocativa y sublime».

Parafraseándola, pero a la inversa, *La reina serpiente* es claramente fagocitaria, repetitivamente cómica y absolutamente previsible, de acuerdo con los estándares oportunistas de la pantalla post #MeToo. En lo de la actuación brillante de la Morton sí le asiste la razón.

La limitante mayor del trabajo radica en que llega atrasado al corrillo de películas y series que se valen de la iconoclastia, del acercamiento pop, del desmontaje de las mitologías, el tono bifronte, el humor, el sarcasmo, los anacronismos de todo tipo, la inserción de personajes de piel negra o los planteamientos melódicos o coloquiales de hoy día, claveteados en estas historias palaciegas de siglos atrás.

Se trata, a estas alturas, de una larga fila, imposible de consignar por su extensión, pero en la cual sí no deben soslayarse –debido a uno u otro de los aspectos referidos–, la película María Antonieta, dirigida por Sofía Coppola en 2005, o la deliciosa serie española La vida breve (Movistar, 2025). Y, menos, su análoga The Great (Hulu, 2020–2023).

Cada episodio de *The Great* (escritos en su mayoría por Tony McNamara, guionista de la cinta La favorita, otra infaltable en este punto) es contentivo de pasajes divertidos que van conformando un ovillo de confort sensorial pasajero. Ahora, más allá de eso, casi nada.

Algo parecido sucede con *La reina serpiente*, si bien aquí existe mayor seriedad en el acercamiento a su personaje central: la soberana francesa Catalina de Médici, de gran peso político, estratégico y religioso en el siglo xvi, y depositaria de un cúmulo de leyendas negras, ante las cuales la serie titubea al refrendar o desmitificar.