RESUMEN DE MEDIOS JUEVES, 24 DE ABRIL DE 2025

HÁBITOS DE CONSUMO

Cambio de tendencia: baja el tiempo de visionado del VOD, pero mejora su calidad (Panorama Audovisual)

La realidad, nuestro género favorito: por qué nos encanta el "basado en hechos reales" (Rubik Audiovisual)

MOVISTAR PLUS+

Críticas a Movistar+ tras introducir más publicidad con anuncios *preroll* cada vez que el usuario cambia de canal (Puro Márketing)

Movistar Plus+ lanzará el canal "Crushes por M+" dedicado a los ídolos de la Generación Z (Mundoplus.tv)

Movistar Plus+ lanza en mayo un canal dedicado a la comedia española (Mundoplus.tv)

Movistar Plus+ lanza en mayo un nuevo canal dedicado a Tom Cruise (Varios)

ANTIPIRATERÍA

LaLiga tiene en su mano evitar que la gente deje de ver los partidos en IPTV ilegales. Solo tiene que imitar a Netflix (Xataka)

Cómo reclamar si te estás viendo afectado por los bloqueos indiscriminados de LaLiga (Xataka)

NO FICCIÓN ORIGINAL

LAS BERROCAL

Las Berrocal nos abren las puertas de su casa (22minutos.com)

LA CAZA DEL SOLITARIO

"Nunca maté a nadie": el crimen que obsesionó a toda España regresa convertido en un thriller real (La Razón)

El rey del 'true crime' (José Baldó en Diario de Teruel)

DEPORTE Y TV

Cómo entender las ambiciones deportivas de YouTube: no pienses en plataformas como ESPN o Netflix (Puck)

Bob Iger califica el próximo lanzamiento de ESPN *Direct-To-Consumer* como "el mayor movimiento" desde la adquisición de la NFL (Sport Business Journal)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

YouTube cumple 20 años. Cómo ha cambiado la televisión tal como la conocemos (Los Angeles Times)

YouTube afirma que alberga ya más de 20 mil millones de videos y revela nuevas funciones en la celebración de su 20° aniversario (Variety)

El efecto de la IA convierte a Youtube en el nuevo eje de Alphabet (Cinco Días)

Cómo entender las ambiciones deportivas de YouTube: no pienses en plataformas como ESPN o Netflix (Puck)

Michael De Luca y Pam Abdy, responsables de cine de Warner Bros.: no nos descartéis todavía (The Hollywood Reporter)

Mike De Luca y Pam Abdy (Warner Bros.) están a salvo (por ahora) tras el éxito de `Sinners' y `Minecraft' (The Wrap)

Netflix conquista Broadway con una versión teatral de "Stranger Things" (Variety, The Hollywood Reporter)

Ted Sarandos (Netflix) asegura que la política arancelaria de Trump no ha tenido en cuanta a Hollywood (Variety)

El valor de la franquicia de James Bond en la era del *streaming* (Parrot Analytics)

Los accionistas de Lionsgate aprueban la segregación de los estudios y las empresas de Starz (Variety)

¿Podrá Miramax recuperarse? Una mirada a la transformación post-Weinstein que incluye nuevas versiones, remakes y a Sydney Sweeney (Variety)

La audiencia de 'Conclave' se dispara un 283% tras la muerte del Papa Francisco (Variety)

CinemaCon 2025: La guerra de las ventanas y la tibieza de la taquilla global ante la incertidumbre de los estudios (Cine & Tele)

Por fin, buenas noticias: las nuevas herramientas ambientales de Hollywood están funcionando (The Hollywood Reporter)

El éxodo de la industria no solo perjudica a Los Ángeles: también perjudica al medio ambiente (The Hollywood Reporter)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Lo que una guerra de IA contra la ley de derechos de autor podría significar para los creadores de contenido (Variety VIP+)

MOVISTAR PLUS+

"Habemus Papam: Una historia de poder": Movistar Plus+ repasa el surgimiento de la figura del sumo pontífice (EL PAÍS + edición online)

Movistar Plus+ anuncia para mayo grandes películas y estrenos exclusivos que no han pasado por el cine (Adslzone.net)

Movistar Plus+ anuncia sus películas y series internacionales para mayo: *Agatha Christie: Hacia cero, Megalópolis, Terrifier 3*... (Hobby Consolas)

Novedades de Movistar+ en mayo: la fábula distópica de Coppola y el biopic de Dalí (El Imparcial)

El reto de `Verdeliss' y otros estrenos de Movistar Plus+ para disfrutar en abril (EL PAÍS)

Disfrutar un buen libro...en pantalla pequeña (La Razón)

Movistar Plus+ celebra el Día del Libro con las mejores adaptaciones literarias internacionales (La Razón)

De Jane Austen a Stephen King: 100 adaptaciones literarias que puedes ver en Movistar Plus+ (Aquí TV)

66 adaptaciones literarias disponibles en Netflix, Max o Movistar +: dónde ver las series y películas el Día del Libro (Los 40)

10 series que ver en Movistar Plus+ para celebrar el Día del Libro (Mundoplus.tv)

"Ilustres Ignorantes": David Broncano y Lalachus regresan a Movistar Plus+ inesperadamente tras su traición con TVE en este formato (El Periódico/Prensa Ibérica, El Televisero)

`Hal & Harper', una historia familiar entre el drama y la comedia (Grupo NOTICIAS)

Movistar Plus+ estrena `Historia de un encuentro', el relato de nuestro último siglo a través de los ojos de Telefónica (AquíTV)

MOVISTAR ANUNCIA FECHA PARA `EL CAMINO ESTRECHO' (Loving Series)

Mutua Madrid Open 2025, en directo y al completo en Movistar Plus+ (Academia TV, Mundoplus.tv)

La precuela de 'Outlander' llegará el 9 de agosto a Movistar (Varios)

"The Pitt", una adictiva serie de médicos que puedes ver en Movistar Plus+: no la conoce casi nadie, pero es tan buena como 'Urgencias' (ELLE)

Panorama audiovisual.com
broadcast > cine > new media

Cambio de tendencia: baja el tiempo de visionado del VOD, pero mejora su calidad



El último informe de NPAW sobre tendencias del streaming arroja interesantes conclusiones desde el punto de vista técnico (se han dado descensos significados en el *buffer ratio*, así como aumentos en el *bitrate*), aunque malas noticias desde la perspectiva del consumo: ha descendido ligeramente el tiempo de visionado por parte de los espectadores.

De acuerdo con **NPAW**, el tiempo de **reproducción por usuario de vídeo a la carta** (VOD) ha descendido ligeramente, con **menos títulos vistos**. A pesar de la menor participación, las **métricas de calidad mejoraron** significativamente. En palabras de **Ferran G. Vilaró**, director general y cofundador: "La televisión lineal se mantuvo estable, y las mejoras de calidad fueron aún más significativas. Las tendencias regionales variaron, con la región del Pacífico a la cabeza en participación y Asia con la más baja. La televisión sigue siendo el dispositivo dominante para el streaming, mientras que las consolas registraron el mayor tiempo de reproducción por usuario. A pesar de algunos descensos en la participación, la calidad general del streaming está en su mejor momento".



El último informe de NPAW sobre tendencias del streaming arroja interesantes conclusiones desde el punto de vista técnico (se han dado descensos significados en el buffer ratio, así como aumentos en el bitrate), aunque malas noticias desde la perspectiva del consumo: ha descendido ligeramente el tiempo de visionado por parte de los espectadores.

NPAW - Estudio VOD - EstadísticasDe acuerdo con NPAW, el tiempo de reproducción por usuario de vídeo a la carta (VOD) ha descendido ligeramente, con menos títulos vistos. A pesar de la menor participación, las métricas de calidad mejoraron significativamente. En palabras de Ferran G. Vilaró, director general y cofundador: “La televisión lineal se mantuvo estable, y las mejoras de calidad fueron aún más significativas. Las tendencias regionales variaron, con la región del Pacífico a la cabeza en participación y Asia con la más baja. La televisión sigue siendo el dispositivo dominante para el streaming, mientras que las consolas registraron el mayor tiempo de reproducción por usuario. A pesar de algunos descensos en la participación, la calidad general del streaming está en su mejor momento”.

Entre los principales hallazgos del estudio, accesible en su página web, destaca cómo la calidad VOD global mejoró en la mayoría de las métricas: buffer ratio (%), bitrate y avg. join time mejoraron con respecto a 2023, siendo buffer ratio el que registró el mayor descenso (-35%). En lo que se refiere al compromiso con la televisión lineal, la participación fue ligeramente inferior a la de 2023, ya que los espectadores vieron menos títulos y durante menos tiempo.

NPAW destaca que, en este ámbito, Europa sigue siendo la región más comprometida, con ME viendo la mayor caída en tiempo de reproducción medio y títulos por usuario. En cualquier caso, los indicadores de calidad han mejorado en la mayoría de las regiones.

Entre los principales hallazgos del estudio destaca cómo la calidad **VOD global** mejoró en la mayoría de las métricas: *buffer ratio* (%), *bitrate* y *avg. join time* mejoraron con respecto a 2023, siendo *buffer ratio* el que registró el mayor descenso (-35%). En lo que se refiere al compromiso con la **televisión lineal**, la participación fue ligeramente **inferior a la de 2023**, ya que los espectadores vieron menos títulos y durante menos tiempo. NPAW destaca que, en este ámbito, **Europa sigue siendo la región más comprometida**, con ME viendo la mayor caída en tiempo de reproducción medio y títulos por usuario. En cualquier caso, los indicadores de calidad han mejorado en la mayoría de las regiones.

Reportajes

La realidad, nuestro género favorito: por qué nos encanta el "basado en hechos reales"

abril 22, 2025 **por Admin**

Este año, los premios Goya vivieron una anomalía histórica, cuando dos largometrajes se hicieron con el premio a Mejor Película ex aequo. El 47, la película de Marcel Barrena sobre Manolo Vital, el autobusero extremeño que logró que el transporte público llegase a Torre Baró, un poblado en la periferia barcelonesa, y La infiltrada, el largometraje de Arantxa Echeverría sobre Aranzazu Berradre, que pasó años oculta entre las filas de ETA. Ambas películas presentaban una peculiaridad que cada vez lo es menos: estaban basadas en hechos reales. Por Héctor García Barnés



'La infiltrada' (Beta Fiction)

Algo que también ocurría con la anterior ganadora, La sociedad de la nieve de Juan Antonio Bayona, y con As bestas de Rodrigo Sorogoyen, lejanamente inspirada en el crimen de Petín (Ourense). Lo llamativo es que hay que remontarse a mucho antes, a los años de Mar adentro (Alejandro Amenábar, 2004) y Camino (Javier Fesser, 2008), para encontrar ejemplos semejantes.

El "basado en hechos reales" está viviendo una edad dorada, no solo en el cine español, quizá porque durante las últimas décadas se ha convertido en el nuevo cine de prestigio, arrebatando esa posición privilegiada a las adaptaciones literarias. Oppenheimer de Christopher Nolan se alzó con el Oscar a la Mejor Película el pasado año, y empiezan a abundar en la ficción televisiva. Cada año se producen más obras audiovisuales basadas o inspiradas por hechos reales.

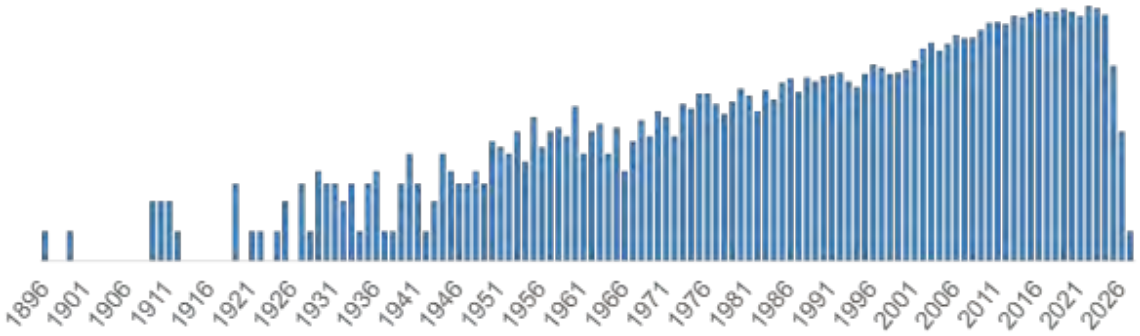


Gráfico de Filmaffinity en el que se ve la tendencia creciente de historias basadas en hechos reales

Un análisis publicado por Stephen Follows muestra cómo la proporción de estas películas se ha disparado desde principios de siglo, de menos de un 10% a casi un 30%. El texto da dos pistas interesantes. Por un lado, que el crecimiento se ha producido entre las películas más baratas, las de menos de 100 millones de dólares de presupuesto.

Por otro, que su aumento se ha dado a costa de las adaptaciones. Así que, de entrada, se podría decir que una de las razones es meramente económica. Sale más barato adaptar un caso real ampliamente conocido, pero sobre el que nadie puede reclamar propiedad intelectual, que gastar dinero en comprar los derechos de una novela de éxito.

Pero este boom del "basado en hechos reales" está en sintonía con un momento social y cultural muy concreto. El de la autoficción y la novela testimonial del "yo", el de la predominancia de la primera persona y la identificación del espectador a toda cosa; el del desprecio de la imaginación y la fantasía; el de las películas y los finales "explicados" en YouTube sin dejar espacio a la duda ni la interpretación; el del prestigio del ensayo y el documental como géneros "serios" frente al escapismo de géneros menores como la comedia romántica, según Follows, el género con menos películas basadas en hechos reales.

En definitiva, está en consonancia con una era de la literalidad en la que necesitamos que una obra de ficción apele a un referente real para poder creer en ella, en la que el espectador medio ha dejado de creer en la suspensión de la incredulidad y necesita relatos donde el discurso no presente ninguna ambigüedad.

Como explica la crítica Anna Korbluh en su último libro, Immediacy: Or The Style of Too Late Capitalism, vivimos una era que ha alumbrado un tipo muy particular de "realismo sin representación" en la que no tenemos tiempo para interpretar ni enfrentarnos a ningún tipo de confusión narrativa o ambivalencia discursiva.



'El 47' (A Contracorriente Films)

Las películas basadas en hechos reales a menudo evitan, por esa misma razón, cualquier posibilidad de fricción interpretativa. No solo se basan en hechos reales, sino que este nuevo cine del prestigio suele adaptar episodios de la historia reciente sobre los que existe un consenso social relativamente amplio, como ocurre con las películas sobre el nazismo.

Desde los años noventa, cuando la etiqueta "basado en una historia real" se convirtió en una garantía de cierta calidad, de La lista de Schindler a Erin Brokovich –esto que usted va a ver, querido espectador, ocurrió de verdad–, nos hemos acostumbrado a que durante la temporada de premios abunden las películas que se centran en la historia de héroes reales y casi anónimos, como ocurría con el empresario en la Alemania nazi, la madre soltera enfrentada a las grandes corporaciones, pero también el autobusero rebelde o la policía que sacrifica su vida por un bien mayor. Las películas basadas en hechos reales necesitan figuras bigger than life para conquistar al espectador. ¿Paradójico?

Un género de géneros

Existe otra posibilidad, y es que el recurso a la fórmula "basada en hechos reales" en realidad busque lo contrario: facilitar que la película encaje en fórmulas muy convencionales sin que el espectador se rebele contra ello.

En un interesante artículo publicado en Geeks, Marcos Spalding sugiere que las películas basadas en hechos reales, que suelen generar una unanimidad crítica y un interés mayor entre los espectadores menos exigentes, encajan en fórmulas muy concretas y definidas que hacen que, paradójicamente, se hayan convertido en un subgénero de pleno derecho.

Es el caso del biopic del genio torturado, como ocurre con la citada Oppenheimer, La red social de David Fincher, o Una mente maravillosa de Ron Howard. Películas que suelen tomarse amplias libertades con la realidad en la que se inspiran y donde prevalece su capacidad de adaptarse a determinados tropos y estructuras que las hagan reconocibles, al mismo tiempo que su origen "real" sugiere al espectador que todo aquello que podría parecerle inventado, forzado o preparado no lo está.



'La red social' (Sony Pictures)

De ahí la ansiedad que sentimos todos por chequear la historia real en Wikipedia al salir de ver una de estas películas. Parece demasiado bueno, demasiado increíble, demasiado retorcido, como para ser "real" de verdad.

Las películas basadas en hechos reales que han ganado el Goya recientemente no dejan de ser, en el fondo, ejercicios de género. No hay tanta distancia entre La infiltrada y la larga serie de thrillers que el cine español ha producido con relativo éxito durante las últimas dos décadas. Por ejemplo, con Celda 211 de Daniel Monzón, que también toca el tema de ETA y que está basada en una novela del periodista Francisco Pérez Gandul. Y ¿no es en el fondo El 47 una feel good movie con una paleta emocional cercana a otras películas triunfadoras como Vivir es fácil con los ojos cerrados de David Trueba o Campeones de Javier Fesser? ¿No se trata en todos esos casos de historias de superación de individuos enfrentados a la convención social o los poderes políticos con las que el espectador común puede identificarse?



'Oppenheimer' (Universal Pictures)

El ejemplo más claro de todo esto es el true crime, uno de los géneros que más éxito ha tenido durante los últimos años, ya desde Making a Murderer (Moira Demos, Laura Ricciardi, 2015), y que se ha convertido en una garantía de éxito en España. No solo en forma de largometraje, sino también de libros, podcasts o series de televisión, como ocurre en nuestro país con El cuerpo en llamas de Laura Sarmiento (2023) o El caso asunta (2024) de Ramón Campos, ambas estrenadas en Netflix e inspiradas en casos criminales recientes.

Como explicaba durante el Congreso de Periodismo de Huesca Adolfo Moreno, guionista de los documentales Lucía en la telaraña (sobre el asesinato de Lucía Garrido en Alhaurín de la Torre) y (P)Ícaro. El Pequeño Nicolás, el true crime permite a sus creadores presentar eventos que, de no estar basados en hechos reales, nadie se creería. No hay mejor guionista que la realidad porque nos regala hechos que resultarían inverosímiles en una ficción convencional.



‘El cuerpo en llamas’ (Netflix)

El éxito del true crime se basa, entre otros motivos, en explotar la extrañeza de lo real. Si los cruentos asesinatos y las bajas pasiones de los protagonistas de este género ocasionan tanta fascinación es porque el espectador ha recibido la garantía de que existieron y que, por lo tanto, son reales. Algo semejante ocurre con la polémica que rodeó la publicación de El odio de Luisgé Martín, editada y paralizada por la editorial Anagrama. A su manera, otro true crime.

En el pasado, la ficción servía para alumbrar los rincones oscuros del alma humana. Hoy, en un momento en el que la ficción sufre una crisis de credibilidad, parece que tan solo los relatos “reales” pueden enseñarnos algo sobre nosotros mismos. Pero eso pierde de vista que, por mucho que esté inspirada por eventos acontecidos en nuestra realidad, todo relato es una interpretación.

El 47, por ejemplo, recibió críticas por ignorar el papel jugado por CCOO y el PSUC en la lucha antifranquista y centrarse tan solo en la epopeya individual de Vital. La infiltrada reabrió el debate sobre la guerra sucia llevada a cabo por el PSOE contra ETA. Toda película “basada en hechos reales”, al menos en la vertiente prestigiosa que suele conquistar a la crítica y arrasar en el mainstream cinematográfico, suele ofrecer una visión amable sobre nuestra historia reciente o promocionar un posicionamiento político determinado, como ocurrió en los casos de Mar adentro y Camino, estrenadas durante el debate sobre la ley de eutanasia.

Como todo buen propagandista sabe bien, no hay nada mejor que una historia individual, épica y con la que resulte fácil identificarse para promover determinada visión política bajo un aparente consenso que ya no aparece como resultado de un debate social sino, paradójicamente, por el género narrativo que facilita que nos creamos una narración, lo que cierra el círculo entre realidad y ficción.



‘Mar adentro’ (Sogefilm)

Esa quizá sea la gran ironía final. En un momento de crisis de la ficción, donde necesitamos apelar a un discurso externo para justificar su existencia (ya sea político, social o moral), en el que hemos dejado de creer en la narrativa y el arte como herramientas de introspección, en el que necesitamos que el significado de las cosas se presente de forma clara e inequívoca ante nuestros ojos, requerimos que las historias basadas en hechos reales encajen en un molde narrativo concreto (un thriller, un true crime, una película feel good) para poder creérnoslas de verdad. Aunque le demos la espalda, la ficción se resiste a desaparecer.

PuroMarketing

Críticas a Movistar tras introducir más publicidad con anuncios preroll cada vez que el usuario cambia de canal

Por Redacción - 23 Abril 2025

En las últimas horas, varios usuarios del servicio de televisión de Movistar han comenzado a notar una nueva modalidad publicitaria que aparece de manera inesperada al cambiar de canal a través del descodificador. Esta novedad ha generado ciertas quejas entre los abonados, aunque la compañía ha asegurado que la medida tendrá un impacto limitado.

El sector del streaming, en constante evolución, ha adoptado la publicidad como una vía para garantizar su rentabilidad en un mercado altamente competitivo. De hecho, se ha convertido en algo común que los servicios de televisión incluyan pausas publicitarias. Movistar, siguiendo esta tendencia, ha comenzado a implementar anuncios preroll al cambiar de canal, una práctica ya común en otras plataformas cuando se pasa de un contenido a otro.

Movistar ha confirmado que, durante la noche del día de ayer, activó una nueva funcionalidad que introduce un anuncio preroll cada vez que el usuario cambia de canal. Sin embargo, esta estrategia parece estar limitada, al menos por el momento, a ciertos canales específicos. Según los testimonios de algunos usuarios, los anuncios solo aparecen al cambiar a canales de RTVE, como TVE1. Esta información ha sido corroborada por Movistar, que ha señalado que la novedad aún no afecta a todos los canales.

Como es habitual cuando se implementan cambios en servicios de televisión, las quejas no se han hecho esperar. Varios usuarios han expresado su malestar en las redes sociales, incluso considerando la opción de darse de baja del servicio. A pesar de las críticas, Movistar ha asegurado que el impacto será mínimo, limitándose a un número reducido de canales por el momento. La compañía no ha ofrecido detalles sobre si esta modalidad publicitaria se extenderá a más canales en el futuro, por lo que los usuarios permanecerán atentos a cualquier novedad.

Si bien esta medida ha causado cierta incomodidad entre los abonados, parece que la publicidad preroll de Movistar solo afectará de manera puntual a una pequeña parte de su programación. Seguiremos atentos a nuevas actualizaciones de la compañía para determinar si la función se ampliará a otros canales o si se producirán más cambios en la estrategia publicitaria.

TV Digital

Movistar Plus+ lanzará un canal dedicado a los ídolos de la Generación Z

23 de abril de 2025



La generación Z y sus ídolos tendrán su canal en mayo

Movistar Plus+ estrenará el próximo 28 de mayo un nuevo canal pop up bajo el nombre "Crushes por M+", una propuesta temporal que rinde homenaje a los actores y actrices más deseados y seguidos por la Generación Z. Este espacio especial estará disponible hasta el 18 de junio y reunirá en un mismo lugar algunas de las películas y series protagonizadas por los intérpretes que marcan tendencia y llenan las paredes de los dormitorios de sus fans. El canal y sus contenidos se podrán ver en la plataforma de streaming de Movistar Plus+, por sólo 9,99€ al mes.

El lanzamiento de este canal coincide con el estreno en exclusiva de El camino estrecho, la nueva serie protagonizada por Jacob Elordi, uno de los nombres más destacados de esta generación de jóvenes actores que ya son una auténtica realidad en la industria audiovisual.

Junto a Elordi, "Crushes por M+" celebrará el talento y el carisma de otros rostros que arrasan tanto en la gran pantalla como en las plataformas: Zendaya, Timothée Chalamet, Sydney Sweeney, Paul Mescal, Jenna Ortega, Jeremy Allen White, Anya Taylor-Joy, Austin Butler, Daisy Edgar-Jones, Harry Styles, Mia Goth, Barry Keoghan, Millie Bobby Brown, Bill Skarsgård, Margaret Qualley, Harris Dickinson, Cailee Spaeny, Josh O'Connor, Florence Pugh, así como los españoles Miguel Herrán, Anna Castillo, Carlos Cuevas o Alba Planas.

Durante estas semanas, los fans podrán disfrutar de títulos imprescindibles con los crushes de esta generación, una oportunidad única para ver reunidos a todos esos intérpretes que arrasan en redes sociales y que son protagonistas absolutos de las conversaciones y tendencias del momento.

"Crushes por M+", solo en Movistar Plus+, del 28 de mayo al 18 de junio.

TV Digital

Movistar Plus+ lanza en mayo un canal dedicado a la comedia española

23 de abril de 2025



La comedia español será protagonista del mes de mayo en Movistar Plus+

Tras confirmar el lanzamiento de un canal dedicado a Tom Cruise, con motivo del estreno en cines de la última entrega de "Misión Imposible", Movistar Plus+ ha anunciado que también en mayo, dedicará un canal a un género con nombre propio: la comedia española. Tanto el canal Top Comedia Español, como sus contenidos se podrán ver en la plataforma de streaming de Movistar Plus+, por sólo 9,99€ al mes.

Una oferta con las series originales y el cine que llevan el humor costumbrista, el surrealismo desbordante, los personajes estrafalarios, la crítica social, las contradicciones e, incluso, a nosotros mismos, al siguiente nivel.

Caóticas, llenas de gente peculiar y con momentos para emocionarse y llorar… de la risa, así son los estrenos más recientes como: Un lío de millones, Al otro barrio, ¿Quién es quién?, Amanece en Samaná o ¿Es el enemigo? La película de Gila, así como, grandes comedias de nuestro cine como Amanece que no es poco, Plácido u Ocho apellidos marroquís, entre otros.

Una programación que, además, incluye los originales Movistar Plus+ de comedia más divertidos como: Poquita fe, Muertos S.L. o Arde Madrid, entre muchas otras más.

TV Digital

Movistar Plus+ lanza en mayo un nuevo canal dedicado a la estrella del cine de acción

22 de abril de 2025



23 de abril de 2025

Movistar Plus+ ha anunciado el lanzamiento de un canal pop-up dedicado a Tom Cruise durante mayo de 2025, coincidiendo con el estreno de Misión Imposible: Sentencia final, previsto para el 23 de mayo.

Este canal ofrecerá una selección de las películas más destacadas de la carrera de Cruise, y ordenadas según su éxito comercial y reconocimiento crítico, encabeza la lista Top Gun: Maverick (2022), la película más taquillera de la carrera de Cruise, que recaudó más de 1.400 millones de dólares a nivel mundial y fue aclamada por la crítica como una secuela que superó a su predecesora. Le sigue Misión Imposible: Sentencia mortal – Parte uno (2023), que revitalizó la franquicia con una trama intensa y escenas de acción impresionantes. Top Gun (1986), el clásico que consolidó a Cruise como estrella de acción, también estará disponible, ofreciendo a los espectadores la oportunidad de revivir la historia original.

Además, el canal presentará Al filo del mañana (2014), una innovadora película de ciencia ficción que combina acción y bucles temporales, y que fue elogiada por su originalidad y las actuaciones de Cruise y Emily Blunt. Jerry Maguire (1996), una comedia dramática que le valió a Cruise una nominación al Óscar y que introdujo frases icónicas en la cultura popular, también formará parte de la programación. Completando la selección está Algunos hombres buenos (1992), un drama judicial que recibió múltiples nominaciones al Óscar y es recordado por su potente guion y las actuaciones de Cruise y Jack Nicholson.

El canal también ofrecerá la saga completa de Misión Imposible:

Misión Imposible (1996)
Misión Imposible 2 (2000)
Misión Imposible 3 (2006)
Misión Imposible: Protocolo fantasma (2011)
Misión Imposible: Nación secreta (2015)
Misión Imposible: Fallout (2018)
Misión Imposible: Sentencia mortal – Parte uno (2023)

Esta programación especial permitirá a los suscriptores de Movistar Plus+ explorar la evolución de uno de los actores más emblemáticos de Hollywood y prepararse para el estreno de la próxima entrega de la saga.

.

Este es el nuevo canal que Movistar Plus+ lanza gratis para todos sus usuarios



La operadora continúa remodelando la parrilla televisiva con un nuevo canal temporal

Hace una hora Jose Antonio Carmona

Movistar Plus+ continúa introduciendo cambios en su oferta de canales de televisión, y esta vez lo hace con dos incorporaciones destacadas, pensadas especialmente para quienes prefieren contenidos lineales. La última propuesta llega de la mano de un nuevo canal gratis para todos.

Entre las novedades, destaca la incorporación de un canal gratuito accesible para todos los clientes. Se trata de uno de los conocidos como canales temáticos temporales —también denominados pop-up—, que estará disponible a partir del mes de mayo. A continuación, te contamos qué contenidos podrás disfrutar en esta nueva propuesta del operador.

Un nuevo canal llega al paquete básico



Movistar Plus+ ha anunciado el lanzamiento de un nuevo canal de tipo pop-up, es decir, un canal temporal que la plataforma activa durante un periodo limitado y que gira en torno a una temática específica o a una figura destacada del mundo del cine o la televisión. En esta ocasión, el canal estará centrado en la figura de Tom Cruise, uno de los actores más icónicos de Hollywood.

Esta propuesta especial coincide con el esperado estreno de "Misión Imposible: Sentencia final", programado para el próximo 23 de mayo. Así, los espectadores podrán disfrutar de un recorrido por la filmografía del actor justo en el momento en que regresa a la gran pantalla con una de sus sagas más emblemáticas.

Como ya ha ocurrido en otras ocasiones con canales dedicados a otros actores, en este canal podrán verse las películas más icónicas del aclamado actor norteamericano. Desde la más reciente, "Misión Imposible: Sentencia mortal – Parte uno" (2023), o "Top Gun: Maverick" (2022), la película más taquillera de la carrera de Cruise, que recaudó más de 1.400 millones de dólares a nivel mundial, hasta el clásico ochentero "Top Gun". No puede faltar, por supuesto, la saga "Misión Imposible" con todas sus entregas:

- Misión Imposible (1996)
- Misión Imposible 2 (2000)
- Misión Imposible 3 (2006)
- Misión Imposible: Protocolo fantasma (2011)
- Misión Imposible: Nación secreta (2015)
- Misión Imposible: Fallout (2018)

- Misión Imposible: Sentencia mortal – Parte uno (2023)

Junto a todos estos títulos, el canal también ofrecerá otras películas muy conocidas del actor, como "Al filo del mañana" (2014), un exitoso thriller de ciencia ficción en el que Cruise comparte protagonismo con Emily Blunt; "Jerry Maguire" (1996), el emblemático drama romántico que le valió una nominación al Oscar; o Algunos hombres buenos (1992), donde interpreta a un joven abogado de la Marina y comparte intensas escenas con Jack Nicholson en uno de los duelos interpretativos más recordados del cine de los noventa.

Movistar Plus+ sigue apostado por canales con temáticas muy concretas como ya hemos visto recientemente con ejemplos como ‘Los Goya por M+’, ‘Estrellas: Demi Moore por M+’, Oscar por M+’, ‘De época por M+’ o ‘Los 90 por M+’.

Movistar Plus+ sorprende con un regalo "imposible" para todos sus clientes

La plataforma lanza en mayo un canal exclusivo de Tom Cruise con sus mejores películas y toda la saga de Misión Imposible para celebrar el estreno de la nueva entrega.



Silvia Cabrero Díez 23 abr. 2025

Movistar Plus+ ha dado un golpe de efecto en mayo de 2025, ya que sus clientes disfrutarán de un regalo inesperado que hará las delicias de los fans del cine de acción. La plataforma ha creado un canal temático y temporal dedicado exclusivamente a Tom Cruise, una de las estrellas más icónicas de Hollywood.

Este movimiento llega justo antes del esperado estreno de Misión Imposible: Sentencia final, que aterriza en cines el próximo 23 de mayo.

Este canal pop-up, disponible para todos los suscriptores sin coste adicional, recoge lo mejor de la filmografía de Cruise, desde sus clásicos de los 80 hasta sus éxitos más recientes. El objetivo es hacer que los

espectadores revivan su carrera y entender por qué sigue siendo una figura central del cine de acción, justo cuando se estrena la que podría ser su misión más ambiciosa hasta ahora.

Movistar Plus+ lanza un canal exclusivo de Tom Cruise

La joya de la programación es Top Gun: Maverick (2022), que no solo batió récords de taquilla con más de 1.400 millones de dólares, sino que también demostró que las secuelas pueden superar al original. Su mezcla de nostalgia y espectacularidad la convierte en una pieza clave para cualquier fan.

En esa misma línea, el canal incluirá Misión Imposible: Sentencia mortal – Parte uno (2023), una entrega que renovó la saga con un enfoque más intenso, y Top Gun (1986), la película que convirtió a Cruise en una superestrella global.

Además de sus papeles más conocidos, Movistar Plus+ ha apostado por incluir películas que muestran el rango interpretativo del actor. Al filo del mañana (2014), por ejemplo, combina ciencia ficción, acción y bucles temporales en una historia que se ha ganado un lugar entre sus títulos más originales.

También estarán disponibles títulos como Jerry Maguire (1996), un drama cargado de emoción y frases memorables, y Algunos hombres buenos (1992), donde Cruise protagoniza un duelo interpretativo con Jack Nicholson en un tribunal militar.

Pero eso no es todo. El canal especial también incluirá la colección completa de la saga Misión Imposible, desde la primera película de 1996 hasta la última entrega. Es una oportunidad para ver cómo ha evolucionado el personaje de Ethan Hunt a lo largo de casi tres décadas.

Las entregas intermedias como Protocolo Fantasma (2011) o Fallout (2018) han sido especialmente aclamadas por su ritmo, dirección y escenas de acción sin dobles.

Este canal temporal no solo rinde homenaje a la carrera del actor, sino que también sirve como aperitivo perfecto para Misión Imposible: Sentencia final. Con esta estrategia, Movistar Plus+ busca ofrecer una experiencia cinematográfica completa que va más allá del simple estreno.

Permite al espectador ponerse al día o redescubrir títulos que marcaron una época, en un formato maratón pensado para los auténticos cinéfilos.

En un momento en el que las plataformas luchan por diferenciarse, esta propuesta posiciona a Movistar Plus+ como una opción atractiva para los amantes del cine. Apostar por un canal temático dedicado a una estrella de esta magnitud, y hacerlo coincidir con uno de los estrenos más esperados del año, es una jugada inteligente.

Tom Cruise sigue demostrando que su nombre llena salas, y ahora también llenará las pantallas de los suscriptores de Movistar Plus+ durante todo mayo.

LaLiga tiene en su mano evitar que la gente deje de ver los partidos en IPTV ilegales. Solo tiene que imitar a Netflix

- Los bloqueos indiscriminados de IPs recuerdan a la lucha que Hollywood o la industria discográfica mantuvo contra las descargas ilegales
- La solución fue sorprendente: bastaba con ofrecer un servicio de calidad y a un precio razonable



Javier Pastor 23.04.2025

La pesadilla de los bloqueos de IPs por parte de LaLiga continúa. No solo eso: parece acrecentarse. **El fútbol se está convirtiendo en un problema** para los usuarios de internet de nuestro país, y están (estamos) pagando justos por pecadores.

¿Por qué está pasando esto? Es lo que intentamos averiguar analizando uno de los potenciales problemas de raíz —el coste de ver el fútbol— y constratando esos precios con lo que ha pasado en otras plataformas de streaming. ¿Por qué lo que funciona para Netflix o Spotify no lo hace para el fútbol? Veámoslo.

Cuánto cuesta ver el fútbol en España y en Europa

Hoy en día en España los aficionados al fútbol depende de las operadoras de telefonía para poder disfrutar de estas emisiones. Si el objetivo es poder tener acceso a todos los partidos de fútbol de primera división de LaLiga y a los de competiciones como la Champions League, **las opciones son dos**: Movistar+ y Orange.

Movistar	Orange	O2	Jazztel
TV 80 canales (40 premium o exclusivos) Todo el fútbol	TV 90 canales (40 premium) Todo el fútbol	TV 80 canales (40 premium o exclusivos) Cada jornada, 1 partido LaLiga, 1 partido Champions y 3 partidos LaLiga Hypermotion.	TV 90 canales (40 premium) Cada jornada, 1 partido LaLiga, 1 partido Champions y 3 partidos LaLiga Hypermotion.
• 600 Mbps + 30 GB (2 Mbps) por 115 euros • 600 Mbps + 100 GB (2 Mbps) por 125 euros • 1.000 Mbps + GB ilimitados por 142 euros • 1.000 Mbps + 2 líneas GB ilimitados por 158 euros	• 1.000 Mbps por 80,95 euros • 600 Mbps + GB ilimitados por 95 euros • 1.000 Mbps + 2 líneas GB ilimitados + (Netflix o Max o Disney+ o Prime) por 121 euros • 1.000 Mbps + 2 líneas GB ilimitados + DAZN + Netflix + Max + Disney+ + Prime por 152 euros	• 300 Mbps + 30 GB por 39,99 euros • 600 Mbps + 50 GB por 44,99 euros • 1.000 Mbps + 350 GB por 50 euros	• 600 Mbps + 60 GB por 51,95 euros • 600 Mbps + GB ilimitados por 52,95 euros • 600 Mbps + 2 líneas GB ilimitados por 62,95 euros Con fibra a 1 Gbps + 8€

Lo contaban hace unos meses nuestros compañeros de Xataka Móvil, que explicaban cuáles eran los disintos planes disponibles, en los que siempre se combinan fibra, móvil y televisión en diferentes versiones. En esos dos casos **los precios parten de los 115 euros al mes de Movistar** o los 80,95 euros al mes de Orange (aunque sin datos móviles).

O2 y Jazztel también ofrecen algunos partidos, pero de forma mucho más limitada: cada jornada tenemos acceso a un partido de LaLiga EA Sports (Primera División), un partido de Champions (si se celebra jornada) y tres partidos de LaLiga Hypermotion (Segunda División).

Esa exclusividad de Movistar y Orange, no obstante, podrían cambiar: Yoigo y MásMóvil planean un servicio de televisión con la infraestructura de Orange TV y en la que se incluirán 90 canales y todo el fútbol. De momento no hay precios ni fecha de disponibilidad definida para este proyecto.

¿Y en Europa?

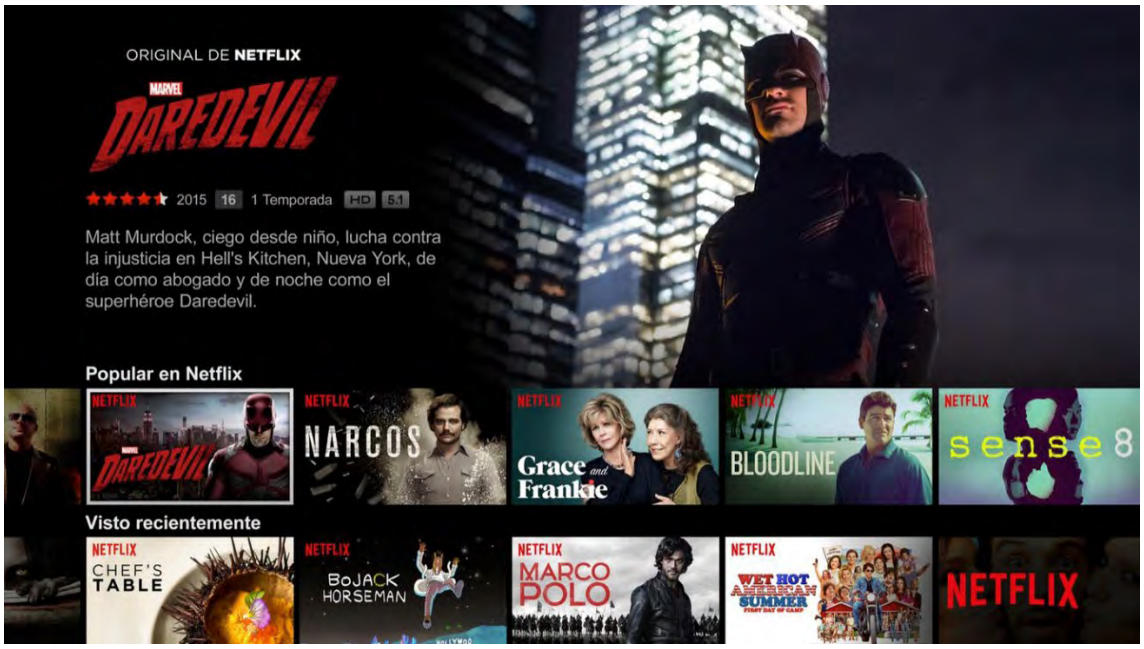
Otros países europeos tienen costes diferentes, pero aquí es importante destacar que los precios de los que hablaremos son del acceso al fútbol sin más: la conectividad de fibra+móvil **iría aparte**. Así, tenemos:

- **Francia**: DAZN tiene un paquete para ver toda la Ligue 1 por 35 euros mensuales (25 euros/mes si eres menor de 26 años). Canal+ tiene un plan que incluye también las competiciones europeas y cuesta 29,99 euros al mes.
- **Alemania**: En DAZN Unlimited están disponibles todos los partidos de la Bundesliga y de la Champions League por 34,99 euros al mes. Hay algunas plataformas opcionales como Sky con precios similares.
- **Italia**: DAZN ofrece todos los partidos de la Serie A por 30 euros al mes, mientra sque para poder ver la Champions hay que combinarla con Sky Italia, que tiene un coste de 25 euros al mes. El coste total es por tanto de 55 euros al mes.
- **Inglaterra**: Sky Sports tiene todos los derechos para transmitir los partidos, y el paquete cuesta unas 22 libras al mes (26 euros/mes). BT Sport retransmite la Champions, y el coste en ese caso es de 25 euros al mes, por lo que el coste combinado es de unos 51 euros al mes.

Lo que también es cierto es que estas cantidades y estos planes varían constantemente y tanto las operadoras como las plataformas ofrecen promociones constantes con el fin de captar más usuarios.

Cuando Netflix nos enseñó el camino

Hubo un tiempo en que las descargas de música o películas en redes P2P eran especialmente populares. Aquello era engorroso e ilegal, pero es que tampoco había muchas más opciones. **O ninguna**.



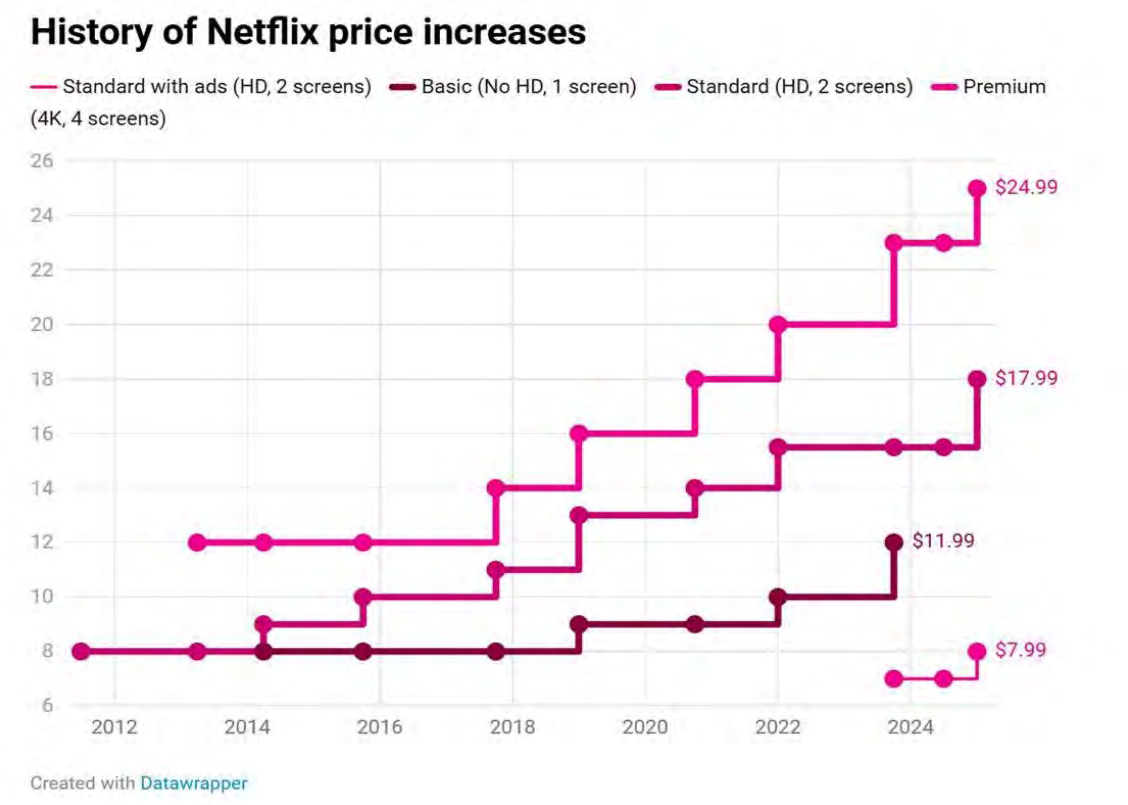
Esto era lo que se veía en Netflix en 2015, cuando llegó a España.

Todo cambiaría con la llegada de Netflix, Spotify y sus competidores, que demostraron que podíamos tener servicios de streaming de contenidos fantásticos, accesibles, con un catálogo estupendo y con un precio más que razonable. De repente ya no compensaba estar buscando en otros sitios: **la alternativa legal era realmente destacable**.

El modelo de suscripción se asentó y se convirtió en la norma, y gracias a un buen equilibrio las empresas de contenidos se dieron cuenta de algo llamativo: la mejor manera de luchar contra los contenidos ilegales era ofrecer un buen servicio a un precio aceptable.

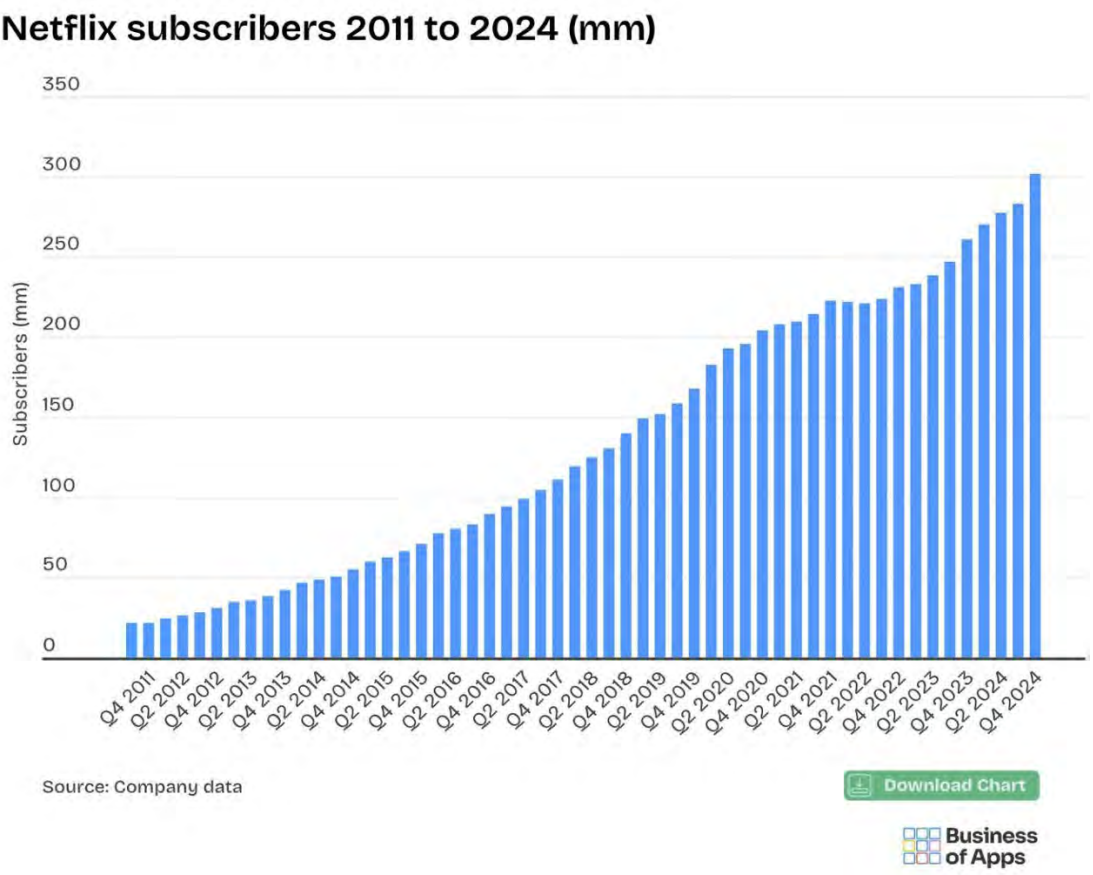
Ese principio se ha visto algo corrompido en los últimos años: servcios como Netflix han subido precios de forma notable, han dejado de permitir compartir cuentas y además han metido anuncios, como todas sus competidoras. Puede que los usuarios protesten (protestemos), pero el tiempo ha dado la razón a los responsables de estos servicios, que no han parado de crecer y están en cifras récord.

¿Cómo le han salido las cosas a Netflix? Lo podemos ver en dos gráficos bastante representativos de la situación. Desde 2012, cuando el servicio comenzó a estar disponible en EEUU (llegó a España algo más tarde), Netflix fue subiendo precios de forma cada vez más frecuente. Con cada subida protestas, sí, pero... tarde o temprano la mayoría vuelve.



Evolución de precios de Netflix en EEUU. Esos cambios han sido análogos en el resto del mundo, y España no es la excepción. Fuente: The Verge.

De hecho el crecimiento en usuarios es aparentemente imparable en Netflix. El plan con anuncios, que tanto podemos criticar, ha sido un éxito rotundo y hoy en día más de la mitad de los nuevos suscriptores llegan al servicio gracias a este plan.



Evolución de suscriptores de Netflix a nivel global desde 2011 a 2024

En la actualidad la plataforma cuenta con más de 300 millones de suscriptores, cuando hace una década **la cifra era cinco veces menor** (62,71, según Business of Apps). Apenas ha habido dos cuatrimestres en toda su historia en los que hubo bajada de suscriptores, y fue entonces cuando Netflix impulsó las medidas contra las cuentas compartidas o el plan con anuncios.

Eso parece dejar claro que a pesar de todo a millones de usuarios **les sigue compensando pagar esas** suscripciones y no acudir a servicios de distribución de contenidos ilegales, así que, si para ellos funciona, ¿qué está ocurriendo con el fútbol en España?

Los Netflix del deporte

Hoy en día el plan estándar con anuncios de Netflix cuesta 7 euros al mes. Nada mal, sobre todo considerando lo que cuesta el fútbol. Aun considerando el coste de los planes más asequibles para ver todo el fútbol en España (con muchos asteriscos, unos 29 euros en Orange), el precio tanto aquí como en otros países de Europa parece elevado.



Ver el fútbol en España cuesta unos 30 euros al mes con Orange al contratarlo como parte de un plan de conectividad de fibra y móvil. Ver toda la NBA en EEUU todo el año cuesta 110 dólares... al año.

Lo es por ejemplo cuando lo comparamos con el que tiene la NBA en Estados Unidos: allí la plataforma NBA League Pass en su versión básica **cuesta 109,99 dólares... al año**. Si solo quieres seguir a tu equipo con Team Pass —una idea sencillamente genial— puedes hacerlo por 89,99 dólares al año.

Si lo quieres pagar al mes, las cuotas son algo superiores: 16,99 dólares al mes en el básico, 13,99 dólares al mes en el Team Pass. Es una alternativa potente que una vez más compensa y hace que el interés por contratar IPTVs ilegales no tenga tanto sentido.

En nuestro país, de hecho, hubo un ejemplo claro de algo que se asemejaba a la NBA League Pass: en el Mundial de Fútbol de Qatar los usuarios podían ver los 64 partidos por 19,99 euros gracias a la plataforma Gol Mundial de MediaPro. Una tarifa única y totalmente independiente de la operadora que daba acceso a todos los encuentros de forma cómoda. Y esa sería la forma ideal de ofrecer el fútbol en España.

Hay que señalar que en nuestro país Movistar tiene algunas modalidades especiales como la de ver un partido por jornada por 10 euros al mes, pero claro, lo más probable es que ese partido no sea del equipo del que eres seguidor. El ejemplo del NBA Team Pass vuelve a dejar aquí la opción de Movistar en muy mal lugar.

Y DAZN en España da acceso a ver la mitad de los partidos de cada jornada por 40 euros al mes, pero una vez más, no garantiza que siempre vayas a poder ver al equipo del que eres seguidor.

El problema fundamental no está solo en el precio, sino en el hecho de que **en España no puedes ser (por ejemplo) de Vodafone y ver todo el fútbol**: necesitas ser de Movistar o de Orange. No puedes elegir libremente qué servicio de fibra+móvil quieres contratar, porque el fútbol lo condiciona todo. En otros países de Europa eso no ocurre: el fútbol va por un lado, y la conectividad por otro.

Así pues, habría que preguntar a LaLiga —y a otras ligas europeas— por qué el fútbol es comparativamente tan caro. Desde hace años LaLiga mantiene una guerra absoluta contra las emisiones ilegales de partidos de fútbol. Los ataques judiciales del pasado se han transformado en una táctica distinta en los últimos meses: en lugar de ir a por infractores concretos, **están bombardeando directamente internet** con bloqueos indiscriminados de IPs.

El problema de esta nueva forma de luchar contra servicios IPTV es que está provocando daños a terceros —cosa que la justicia no permite— y que sigue mostrando una extraña obsesión por ponerle puertas al campo. Cloudflare y sus clientes son grandes afectados por el problema, y aunque tanto ellos como entidades independientes como RootedCON han intentado solucionar el problema, la justicia sigue dándole la razón a LaLiga.

Este conflicto está perjudicando a todas las partes. LaLiga está sufriendo un gran daño reputacional, las operadoras son acusadas de ser aliadas en esos bloqueos, Cloudflare y otros CDN acaban **perjudicando a clientes legítimos** y mientras los usuarios finales pierden acceso a todo tipo de servicios web. Es un desastre.

La pregunta es, ¿podría solucionarse? La respuesta parece obvia: sí, si LaLiga se fijase en lo que pasó con Netflix o Spotify. O lo que está pasando con la NBA. El servicio de hecho ya cumple con muchos de los requisitos que cualquier usuario pide: es accesible y cómodo.

El (mayor) problema es el precio.

Hace años que el precio por ver el fútbol en España es el más caro de las cinco grandes ligas europeas. Eso es un síntoma terrible, y uno que tiene solución sencilla: bajar los precios para que a los usuarios les compense pagar por ver el fútbol. Si ahora no lo hacen es probablemente porque el factor precio es especialmente importante.

Javier Tebas, presidente de LaLiga, no parece opinar lo mismo al ser preguntado por esos precios. En un desayuno informativo de Europa Press en febrero declaró que el coste del fútbol como tal es razonable, y el problema es otro:

> *"**El fútbol no es caro**, lo que pasa es que para que veas el fútbol tienes que tener el paquete de banda ancha, el móvil... Pero lo que es el fútbol son 25 ó 30 euros".*

Y sin embargo la realidad es la que es. Netflix está en cifras de récord de suscriptores y Spotify ha logrado su particular milagro financiero tras 18 años perdiendo dinero. Ambos han marcado el camino y la solución, que no parece tan complicada: planes variados, equilibrados y que compensan a los usuarios.

Los contenidos ilegales no han desaparecido, desde luego, pero ni esas plataformas ni los propietarios de los derechos están intentando desesperadamente ponerle puertas al campo porque ya no lo necesitan. Sus servicios siguen siendo suficientemente buenos para los usuarios, así que nos hemos acostumbrado a pagar por las películas, las series o la música.

Pero no por el fútbol. Y eso deja claro que **en LaLiga falla algo**. Quizás falten planes variados, equilibrados y que compensen a los usuarios económicamente.

Solo quizás.



Cómo reclamar si te estás viendo afectado por los bloqueos indiscriminados de LaLiga

Te decimos cómo proceder en el caso de que quieras denunciar los bloqueos de LaLiga que te evitan navegar por Internet con normalidad.



Yúbal Fernández 24.04.2025

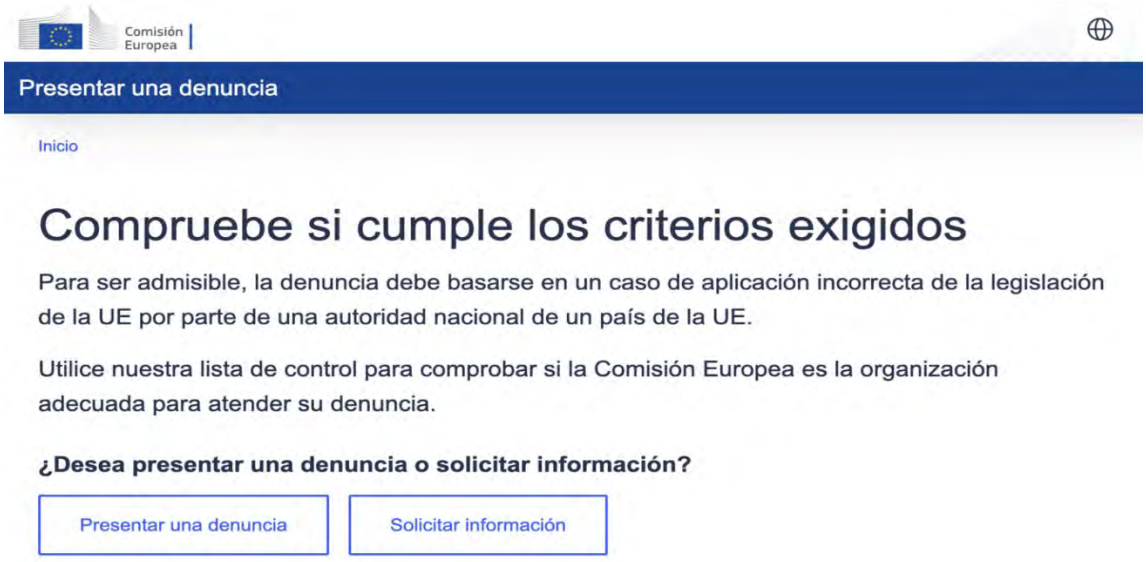
Vamos a explicarte cómo reclamar si te afectan los bloqueos de LaLiga, esos que la entidad de fútbol está haciendo de manera indiscriminada en España. Se trata de una práctica con la que en los días de partido se bloquea el acceso a servicios como CloudFlare, haciendo que cientos de webs perfectamente legales dejen de funcionar.

Desafortunadamente, como usuario no hay mucho que puedas hacer contra estas exageradas e injustas medidas impuestas por LaLiga. Te hemos dicho algunas maneras de evitar el bloqueo, pero poco más puedes hacer. Sin embargo, sí que puedes denunciarlo a la Comisión Europea, ya que el bloqueo vulnera principios básicos de los derechos de los usuarios en Internet.

Estos bloqueos indiscriminados a servicios que nada tienen que ver con las emisiones que persiguen vulneran derechos como neutralidad de la red, el acceso equitativo a servicios digitales y la libertad de información y empresa. Y eso lo puedes denunciar con los medios que te da Europa para hacerlo.

Esta denuncia por sí no solucionará nada, pero si las suficientes personas presentan quejas fundamentadas, la Comisión Europea abrirá una investigación y le pedirá explicaciones al gobierno de España. Y para denunciarlo no necesitas un abogado, solo rellenar un cuestionario.

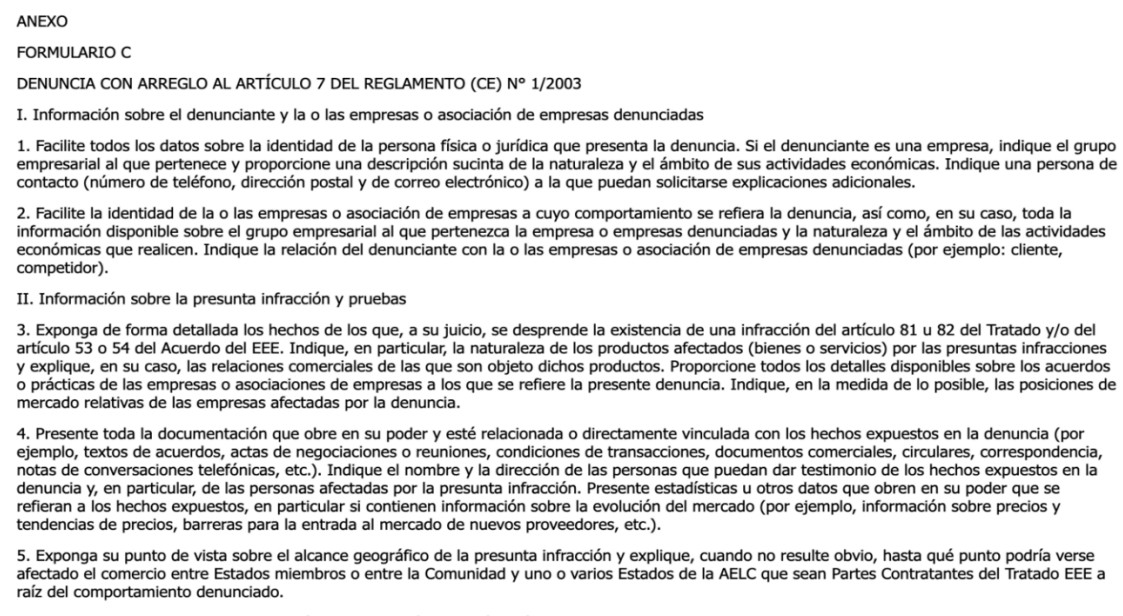
Cómo denunciarlo a la Comisión Europea



Lo primero que tienes que hacer es entrar en la web de denuncias de la Comisión Europea, en la que podrás enviar una reclamación a la entidad. Para ello, ve a ec.europa.eu/law/application-eu-law/report-breach/es/check-your-criteria, y pulsa en el botón de Presentar una denuncia.



Cuando elijas Presentar una denuncia, se te mostrará un formulario con varias opciones en las que tienes que ir eligiendo. En él, tienes que marcar que la denuncia sí se presenta en relación con una autoridad nacional de la UE, y que sí se trata de una aplicación incorrecta del derecho de la UE. Al final, tendrás que elegir la opción de Comunicar presuntas infracciones de las normas de competencia, pulsando en el enlace que te ofrece.



ANEXO

FORMULARIO C

DENUNCIA CON ARREGLO AL ARTÍCULO 7 DEL REGLAMENTO (CE) Nº 1/2003

I. Información sobre el denunciante y la o las empresas o asociación de empresas denunciadas

1. Facilite todos los datos sobre la identidad de la persona física o jurídica que presenta la denuncia. Si el denunciante es una empresa, indique el grupo empresarial al que pertenece y proporcione una descripción sucinta de la naturaleza y el ámbito de sus actividades económicas. Indique una persona de contacto (número de teléfono, dirección postal y de correo electrónico) a la que puedan solicitarse explicaciones adicionales.

2. Facilite la identidad de la o las empresas o asociación de empresas a cuyo comportamiento se refiera la denuncia, así como, en su caso, toda la información disponible sobre el grupo empresarial al que pertenezca la empresa o empresas denunciadas y la naturaleza y el ámbito de las actividades económicas que realicen. Indique la relación del denunciante con la o las empresas o asociación de empresas denunciadas (por ejemplo: cliente, competidor).

II. Información sobre la presunta infracción y pruebas

3. Exponga de forma detallada los hechos de los que, a su juicio, se desprende la existencia de una infracción del artículo 81 u 82 del Tratado y/o del artículo 53 o 54 del Acuerdo del EEE. Indique, en particular, la naturaleza de los productos afectados (bienes o servicios) por las presuntas infracciones y explique, en su caso, las relaciones comerciales de las que son objeto dichos productos. Proporcione todos los detalles disponibles sobre los acuerdos o prácticas de las empresas o asociaciones de empresas a los que se refiere la presente denuncia. Indique, en la medida de lo posible, las posiciones de mercado relativas de las empresas afectadas por la denuncia.

4. Presente toda la documentación que obre en su poder y esté relacionada o directamente vinculada con los hechos expuestos en la denuncia (por ejemplo, textos de acuerdos, actas de negociaciones o reuniones, condiciones de transacciones, documentos comerciales, circulares, correspondencia, notas de conversaciones telefónicas, etc.). Indique el nombre y la dirección de las personas que puedan dar testimonio de los hechos expuestos en la denuncia y, en particular, de las personas afectadas por la presunta infracción. Presente estadísticas u otros datos que obren en su poder que se refieran a los hechos expuestos, en particular si contienen información sobre la evolución del mercado (por ejemplo, información sobre precios y tendencias de precios, barreras para la entrada al mercado de nuevos proveedores, etc.).

5. Exponga su punto de vista sobre el alcance geográfico de la presunta infracción y explique, cuando no resulte obvio, hasta qué punto podría verse afectado el comercio entre Estados miembros o entre la Comunidad y uno o varios Estados de la AELC que sean Partes Contratantes del Tratado EEE a raíz del comportamiento denunciado.

Esto te llevará a una página donde se te dice cómo proceder. Primero tienes que ir a esta página, donde debajo hay un documento bastante largo que puedes ver en español AQUI. En esta página, baja y mira donde pone Anexo, ya que es donde se te explica cómo proceder y toda la información que debes presentar para poder hacer la denuncia.

Luego, tendrás que enviar un correo electrónico a la dirección comp-market-information@ec.europa.eu, indicando todo lo que te dice el anexo. Tendrás que poner tus datos personales, la autoridad nacional implicada, desde el ministerio correspondiente hasta el proveedor de Internet.

También debes incluir una descripción detallada de los hechos, diciendo cómo el bloqueo masivo de direcciones IP afecta a las páginas legítimas que usas. También debes citar la normativa que consideras que vulnera esta manera de proceder: Reglamento 2022/612, artículos sobre neutralidad de red y acceso sin discriminación a internet.

Cuando termines, adjunta capturas de pantalla, direcciones IP afectadas o comunicaciones que tengas hechas con tu proveedor (si no las tienes, primero habla con tu operador de Internet para que te digan por qué bloquean las páginas, y luego lo adjuntas). Y cuando termines de revisarlo todo, entonces envía la denuncia.

22 minutos con

Las Berrocal nos abren las puertas de su casa

Por Lucía Vizán Abr 23, 2025



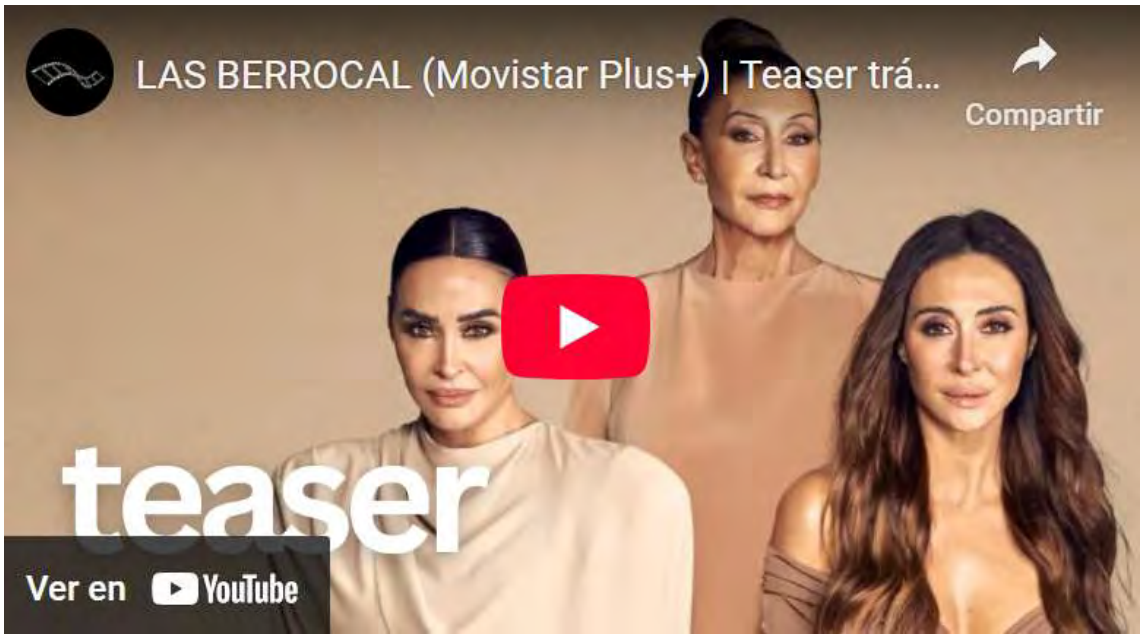
Tres generaciones, cuatro mujeres deslumbrantes: el universo de 'Las Berrocal' llega el 20 de mayo a Movistar Plus+. 4 episodios (50'), cada martes, una nueva entrega.

Las Berrocal son mucho más que glamour, éxito y elegancia. Forman un clan de cuatro mujeres con personalidades arrebatadoras y una manera muy particular de mirar la vida. En un mundo complejo, ellas han creado un universo propio en el que se cuidan y se apoyan mutuamente, a pesar de las diferencias generacionales. Ahora, abren las puertas de su mundo, lleno de luces y de sombras, para darse a conocer y ayudarnos a comprender cómo han llegado a convertirse en lo que son.

Descubrimos a tres generaciones de mujeres, empoderadas, luchadoras, a las que no les han condicionado ni la fama y menos el qué dirán o que pensarán. Con ellas, Movistar Plus+ se adentra por primera vez al género docureality. La diseñadora afronta este docureality junto a su madre, Victoria Martín, su hermana, Rocío Martín Berrocal y su hija, Alba Díaz Martín, acompañadas también por Manuel Díaz conocido como "El Cordobés".



A través de este docureality se verá la relación tan especial que estas cuatro mujeres tienen entre ellas, pero sobre todo, siempre teniendo en mente el recuerdo de su padre, José Luis Martín Berrocal. Además, veremos su lado más pasional, no solo recordando a su padre, sino también por la pasión que le ponen a todo, su punto de vista sobre el amor y la importancia que le dan a la amistad. Finalmente, seremos testigos de su intensa relación, con sus conflictos, discusiones y emocionantes reencuentros.



Vicky Martín Berrocal: «Es un viaje íntimo y emotivo que celebra la fuerza, el amor y la inspiración de las mujeres que han marcado mi vida: mi madre, mi hermana y mi hija. 'Las Berrocal' es mi confesión íntima: un testimonio del profundo impacto que el amor y la fuerza de mi madre, mi hermana y mi hija han tenido en mí». Comentaba la diseñadora.

Alba Díaz Martín: «Este es uno de los proyectos que más vértigo me ha dado hacer, sin duda, pero también el que más me ha hecho evolucionar, conocerme y, lo más importante, conocerlas a ellas, las mujeres de mi vida».



Victoria Martín: «Para mí ha sido de las mejores experiencias que he vivido, junto a mis dos hijas y mi nieta, las mujeres de mi vida. He podido contar cosas de mi pasado que ya las tenía olvidadas y revivirlas con mi familia ha sido maravilloso, liberador y terapéutico».

Rocío Martín Berrocal: «Ha sido lo mejor que me ha pasado en la vida. Creo que me ha hecho mejor persona y, ahora mismo, soy mucho más valiente. He echado muchos miedos fuera y ha sido como una terapia para mí. Lo que vais a ver es la verdad de nuestro corazón. Doy gracias por haber dicho que sí y por la fuerza que, estoy segura, mi padre ha sacado de mí para empujarme a hacerlo».

Las Berrocal llegan para demostrar lo que verdaderamente importa: la familia, la autenticidad y el cariño que las une. No solo es un docureality, sino también un reflejo de lo que significa ser mujer, madre, hija y hermana en un entorno rodeado de cámaras, donde la exposición pública suele desdibujar lo íntimo.

LA RAZÓN
De compras

"Nunca maté a nadie": el crimen que obsesionó a toda España regresa convertido en un thriller real

El criminal más buscado de España toca la guitarra en prisión... y ya sueña con salir: el impactante true crime de Movistar Plus+



"Nunca maté a nadie": el crimen que obsesionó a toda España regresa convertido en un thriller real Google

Marina Ros Creada: 24.04.2025

Pasó una década disfrazado, atracando bancos y burlando a toda la policía española. Mató a dos agentes de la Guardia Civil y desapareció sin dejar rastro. Lo llamaban El Solitario, y durante años fue el hombre más buscado del país. Hoy, pinta, escribe y toca la guitarra en la prisión de Aranjuez... mientras espera su primer permiso penitenciario.

Su historia ha vuelto a la luz gracias a 'La caza del Solitario', el nuevo documental de Carles Porta, que ya puedes ver completo en Movistar Plus+. Y sí, está incluido en la suscripción de solo 9,99 €/mes, sin permanencia, sin ser cliente de Movistar y con opción de ver en dos dispositivos al mismo tiempo o descargarlo para verlo sin conexión.

Una historia real contada como un thriller. Una miniserie de tres episodios que te deja sin aliento.

El atracador que se convirtió en fantasma

Jaime Giménez Arbe no necesitó redes sociales para hacerse famoso. En los años 90 y 2000, su nombre llenaba titulares, pero nadie sabía quién era realmente.

Encapuchado, armado, sigiloso. Durante más de una década asaltó bancos por todo el país dejando tras de sí un rastro de miedo… y misterio.

Todo cambió en 2004. El asesinato a sangre fría de dos agentes de la Guardia Civil en Navarra activó una operación sin precedentes. Las balas en la escena del crimen eran la pista definitiva: era él.

Pero atraparlo no fue fácil. Y esa caza es la que reconstruye con precisión quirúrgica Carles Porta en esta serie documental que ya se puede ver completa en Movistar Plus+.

Carles Porta vuelve con su trabajo más cinematográfico

El director de Crímenes, El crimen de la Guardia Urbana y Luz en la oscuridad (también disponibles en la plataforma), sube el listón con este proyecto.

> "Queríamos crear un thriller con estética de cine, sin perder la fuerza de lo real"
>
> Carles Porta

Y lo consigue. 'La caza del Solitario' es una mezcla perfecta entre documental, thriller y reconstrucción emocional. Más de dos años de trabajo para conseguir entrevistas exclusivas con fiscales, jueces, agentes y abogados implicados en el caso. Una historia contada desde dentro, con las emociones de los que vivieron el miedo, la presión… y el alivio final.

El documental logra algo que parecía imposible: convertir un caso ya contado en una historia que se siente nueva, tensa y cargada de humanidad.

Así vive El Solitario hoy

El giro final que nadie espera: el hombre que durante años huyó de la justicia, hoy pasea por los pasillos de la cárcel con gafas Ray-Ban y chaqueta de aviador. Según cuenta el propio Porta en el último episodio, El Solitario pasa los días pintando, escribiendo y tocando la guitarra. Y ya sueña con salir de permiso.

Pero hay algo que no ha cambiado: sigue sin reconocer el asesinato de los dos agentes, y afirma que sus atracos eran "expropiaciones" a los bancos.

Una figura desconcertante que sigue generando debate. ¿Es un criminal frío o un personaje ideológico? ¿Un asesino o un ladrón con discurso? El documental no busca sentenciar. Solo pone los hechos sobre la mesa y deja que el espectador saque sus propias conclusiones.

¿Dónde verlo?



La caza del solitario en Movistar Plus+La caza del solitario en Movistar Plus+Movistar Plus+

'La caza del Solitario' ya está disponible completa en Movistar Plus+.

Puedes verla desde cualquier dispositivo, descargar los episodios para ver sin conexión, y compartir tu suscripción en dos pantallas al mismo tiempo.

Y lo mejor: por solo 9,99€/mes, sin permanencia y sin necesidad de tener contratado Internet o móvil con Movistar.

Una oportunidad para descubrir una historia real que se ve como un thriller. Y que, además, forma parte de un catálogo con algunas de las mejores producciones del momento.

¿Te engancha el true crime? Aquí tienes más en Movistar Plus+

Si terminas La caza del Solitario y quieres seguir buceando en la crónica negra, en Movistar Plus+ tienes muchas más razones para seguir viendo:

Crímenes

La serie que consolidó el estilo Carles Porta: historias reales contadas con rigor, respeto y tensión narrativa. Varios episodios, varios casos. Todos impactantes.

El crimen de la Guardia Urbana

Una pareja, un asesinato y una historia que sacudió Barcelona. Intriga pura.

Luz en la oscuridad

Investigaciones reales que muestran cómo la oscuridad de algunos crímenes revela la luz —y la sombra— de toda una sociedad.

Anatomía de una caída

Ganadora del Oscar. Un thriller judicial con una interpretación magistral y una historia de fondo sobre el amor, la culpa y la verdad.

¿Quieres suscribirte?

Solo tienes que entrar en Movistar Plus+, elegir el plan de 9,99€/mes, y empezar a ver cuando quieras, sin permanencia.

Porque cuando una historia te mantiene sin pestañear durante tres horas… lo único que necesitas es el play.

Diario de Teruel



El rey del ‘true crime’

José Baldó miércoles, 23 de abril de 2025

La pasada semana, la editorial Anagrama cancelaba definitivamente la publicación de El odio, el libro de Luisgé Martin sobre José Bretón. El escritor pretendía marcarse un Truman Capote y ha acabado arrollado por el veredicto de las conciencias: la suya propia —que no ha salido demasiado bien parada— y la del grueso de la opinión pública. En medio de este debate, surgen voces que cuestionan la legitimidad de un género que causa furor entre el gran público, el true crime. Novelas, series de televisión, programas de radio y podcasts, la crónica de sucesos siempre ha sido uno de los productos estrella en la industria del entretenimiento. La información objetiva y el análisis de los hechos, pero también el morbo, la exploración del mal y la exhibición de las víctimas; las múltiples caras de la moneda enfrentadas a las complejidades e incoherencias del alma humana. A estas alturas, no merece la pena echar más leña a la pira funeraria de Luisgé Martín. El linchamiento, la cancelación y la censura son compañeras de viaje inadmisibles, pero sospecho —en un alarde de temeridad, sin haber leído una sola página de El odio— que el libro se había convertido en un arma empuñada por el asesino para seguir castigando a su exmujer.

Abrumado por la polémica y el debate, recurro al dealer que nunca falla, el hombre que más y mejor trabaja el true crime en nuestro país, Carles Porta. Concienzudo, metódico y siempre respetuoso con las víctimas de las historias que presenta, el periodista catalán ha sabido ganarse el favor de los aficionados al género con una excepcional combinación de realismo, rigor y sentido del espectáculo.

Su último éxito es la miniserie documental La caza del solitario, disponible en Movistar Plus+. La extraordinaria recreación de la investigación llevada a cabo por la Guardia Civil y la Policía Nacional para lograr la detención de uno de los atracadores más prolíficos y peligrosos de nuestra crónica negra reciente.

Un absorbente thriller policial

Entre 1993 y 2007, un atracador de bancos apodado con el sobrenombre de El solitario mantuvo en jaque a las fuerzas de seguridad españolas. Oculto tras un rudimentario disfraz —una barba y una peluca postizas—, el criminal desbalijó más de treinta sucursales bancarias y acabó con la vida de dos guardias civiles. La serie nos hace partícipes del esfuerzo de los investigadores por dar con la identidad y el paradero del misterioso personaje a través del testimonio directo de sus protagonistas.

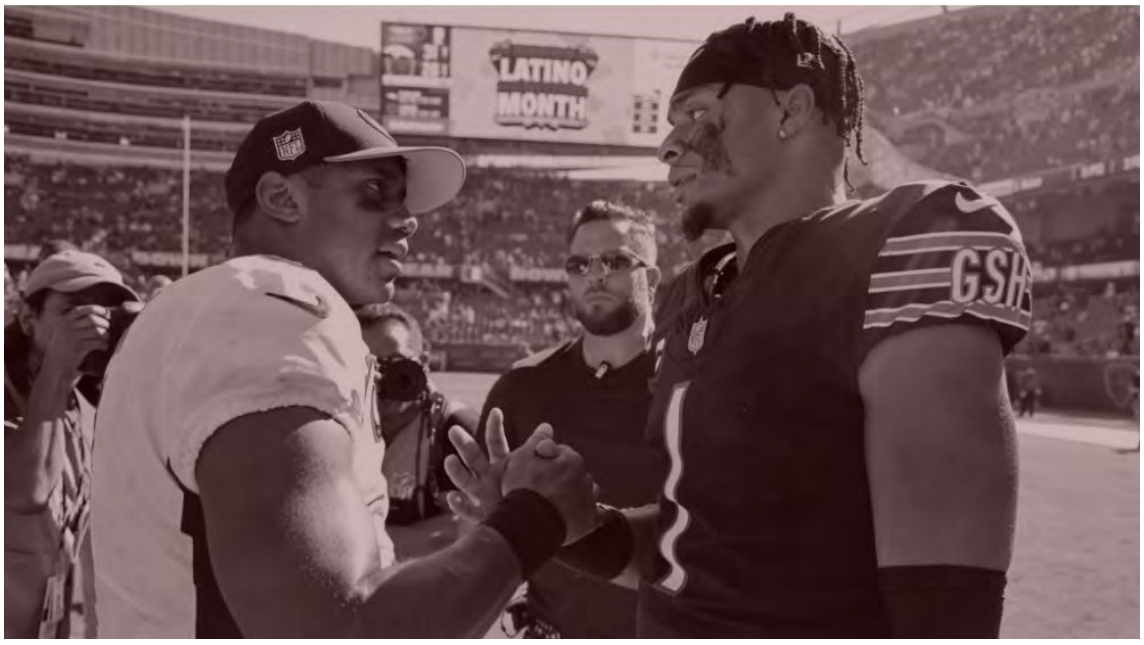
La acción arranca en 2004, en Castejón (Navarra). La aparición de un coche patrulla de la benemérita con dos agentes muertos en su interior es el punto de partida de la narración. El análisis de las pruebas determina que las balas encontradas en el lugar del crimen coinciden con las empleadas por un delincuente que lleva más de 10 años sembrando el caos por todo el país. A partir de ese instante, la miniserie avanza a ritmo de thriller, con numerosos giros de guion y una sofisticada puesta en escena que hacen que el espectador no pueda apartar la vista de la pantalla. Hay lugar para el asombro y también para la emoción: destacan las intervenciones del guardia Jesús Mesa, amigo de la infancia de uno de los agentes asesinados y miembro de la UCO durante la investigación de los crímenes. Sus palabras resuenan amortiguadas por el dolor y somos testigos del nudo que oprime su garganta al recordar a su compañero.

Carles Porta acierta allí donde Luisgé Martín mordía el polvo. Por supuesto, la serie ha contado con la participación de El solitario e, incluso, recoge su propia voz (“no soy un atracador, soy un expoliador de bancos”), pero jamás pierde de vista quiénes son las víctimas del relato. El creador de la popular Crims en TV3 demuestra que, hoy por hoy, sigue siendo el mejor en lo suyo. El rey del true crime.

PUCK

The YouTube-Sports Mating Rituals

If you want to understand YouTube's sports ambitions, stop thinking about the platform as another ESPN or Netflix, and see it for what it is: Google's video gatekeeper.



Sunday Ticket, for example, is available to YouTube TV subscribers (sports and news fans across the board) as well as Primetime Channel users on YouTube (those who have a heightened interest in the NFL). Photo: Michael Reaves/Getty Images

Julia Alexander April 22, 2025

These days, the only thing sports and entertainment executives want to talk about is YouTube. Not YouTube TV, mind you, but YouTube. Alas, the two often get conflated: When we talk about YouTube, we're often talking about its creators, who upload videos for the viewing pleasure of the platform's more than 2 billion monthly users; YouTube TV, meanwhile, is essentially a skinny bundle that acts as a distributor for content providers like Disney and Warner Bros. Discovery.

But when reports suggest that YouTube TV is a potential bidder for the NFL's Week 1 game in São Paulo, I know that things have gotten really confused. After all, any streaming analyst worth their salt knows that an NFL game shouldn't be confined to YouTube TV—it should be on YouTube. Yes, YouTube.

YouTube TV isn't designed to replace cable channels. Instead, it's designed to do exactly what Google's search engine has done for 30 years—act as a gateway to all content. The business doesn't compete for exclusivity; it competes to deliver the best viewing experience. It's a tech strategy, not a media play.

But while Google is betting that YouTube TV can unify television and create a better experience than its competitors, Google is betting that YouTube can expand advertising opportunities and increase global reach. And that makes it a better partner for sports leagues under certain circumstances.

The heart of YouTube's sports strategy, for its part, is Primetime Channels, which are designed to reduce discovery problems by elevating content that sits behind closed doors (streaming apps) and putting it in front of people. Sunday Ticket, for example, is available to subscribers of YouTube TV (which serves sports fans across the board) as well as Primetime Channel users on YouTube (those who have a heightened interest in the NFL). We know this strategy works for Amazon and its partners—25 percent of Apple TV+'s domestic subscriber growth in Q1 came from its partnership with Prime Video—so why couldn't it work for YouTube? Outdoor TV, a subscription service for outdoor sporting activities, saw engagement for its channel grow by 42 percent following its partnership with YouTube Primetime Channels.

Google has worked on redesigning the main YouTube app to better highlight Primetime Channels, and the algorithmic flywheel is evident. A Los Angeles Chargers fan might go to YouTube to watch game highlights or content from a creator like Pat McAfee. YouTube then serves up reminders about Sunday Ticket, available via a YouTube TV subscription, or through Primetime Channels; the landing page for Primetime Channels reminds the Chargers fan that, based on their White Lotus–related activity on the app, they can also subscribe to Max. It's all within one payment system, and it's all done through the app where users are spending the most time: YouTube accounts for 12 percent of all TV streaming time in the U.S.

The Ad Play

None of this is new for consumers: Roku has used this strategy for years, and Apple TV was once a major competitor in the space. YouTube, however, has a massive advantage given its enormous user base, sheer amount of free content, and one-click payment system. So what is it going to do with this flywheel? Rights to a one-off NFL game become admittedly tantalizing—again for YouTube, not YouTube TV.

YouTube doesn't need high-priced licensed sports content to make its own offering better—it's already thriving. But Google certainly sees the potency of the advertising opportunity.

Connected TV ad spending, which includes YouTube, hit nearly $29 billion in the U.S. last year, and is projected to sail past $46 billion in 2028, per eMarketer.

What's more, YouTube's audience currently demonstrates ample advertising tolerance. (Only about 7 percent of YouTube's 2 billion-plus monthly users pay for the ad-free YouTube Premium.) So access to more exclusive live content could further incentivize advertisers to allocate more of their CTV budget, and possibly even reallocate some of their linear budget, to YouTube at a time when its digital ads business is facing more competition and disruption—especially following the Department of Justice's recent verdict regarding Google's ad tech monopoly.

We're already seeing the possibilities of YouTube's unique appeal. A few years ago, YouTube acquired some rights to Campeonato Paulista, a large soccer league in Brazil. Recently, Casimiro Miguel, a YouTube creator focused on soccer, who has more than 4 million subscribers, provided real-time commentary on a live game, directly on the platform. It became one of YouTube Live's most watched streams ever. The stream followed the rollout of YouTube's "Watch With" feature, which allows creators to color commentate on live sports—beating Amazon Prime Video, which shut down its Twitch "Watch Party" feature last year, to the punch. Not only will this allow YouTube to demonstrate its tech capabilities—including ad tech—during these broadcasts, it will also increase the number of ads that YouTube can sell across a game.

YouTube executives understand that sports, and sports-adjacent content like podcasts and highlight channels, is big business. Sports viewing increased by 30 percent in 2024, and the company has teased significant changes to the platform to accommodate more of it. Yet for all the promise of YouTube, there still isn't enough direct monetization to synthesize a pay TV deal, and that stops YouTube from investing in rights in a meaningful way.

This is especially true as the cost of sports rights explodes. YouTube could be an additional partner—conversations with leagues including the MLB and the NBA have reportedly happened—but it doesn't need those rights nearly as much as legacy media companies, or even Amazon, Netflix, and Apple. So, in the meantime, you can expect the business to selectively invest in sports rights, but don't anticipate that YouTube TV will do the same.

Street & Smith's SBJ SPORTS BUSINESS JOURNAL

MEDIA

Bob Iger calls ESPN's upcoming DTC launch 'biggest move' since getting full NFL season

By Austin Karp 04.22.2025



Disney's Bob Iger (l) and ESPN's Jimmy Pitaro talk about the upcoming launch of the ESPN DTC product.

"This might be the biggest move since getting the full season of the NFL."

That's the importance Disney CEO Bob Iger is assigning to the launch of ESPN's direct-to-consumer product in the fall.

Iger was interviewed on Day 1 of the CAA World Congress of Sports by ESPN Chair Jimmy Pitaro. Both execs confirmed that a launch date has been picked, a price has been determined and a name has been chosen -- but they weren't ready to divulge the state secrets just yet (Pitaro would only say that the service would not be called Flagship, as many in the industry have been calling it).

“It’s probably the biggest transition in our history,” Pitaro said of the DTC launch. He also noted that Disney/ESPN almost always lead their list of priorities with “audience expansion,” and Iger dug into what why the DTC product will help achieve that.

“One of the things I love about the product to come, that you’re developing, is that we will build into that elements that will be tailormade for young generations of sports fans,” Iger said. “They like multiscreen experiences.”

Iger spoke about the power of those younger audiences as they have gravitated to newer platforms like YouTube and TikTok. “They like bite-size entertainment,” Iger said “… It’s a reality and it’s something that we have to address.”

©╔ ═╦╗ ┌ ═╦╗ ╓╢┼ ╓ ╓ ═╦╗ ╓ τ ¾♣

Iger hit on how sports remains incredibly important to Disney as part of the overall portfolio, and why sports properties continue to want to be in business with ESPN.

“I know how important exposure, distribution and access to consumers is, and that doesn’t come cheaply, and it doesn’t come easily,” Iger said. “It’s not always about if you build it, they will come. You have to build it, and you have to figure out a means of delivering it to consumers that are both very pro-consumer and pro-sports, meaning the organization, and obviously pro the business that is covering those sports. And I think we offer -- in part because of the range of product that we offer -- the resources that we have, because we are a company that is on very solid footing from an economic perspective, the energy that we create just in terms of our support of and our excitement about being in the entertainment/sports business.”

He also gave credit to Walt Disney himself for creating a company that has always sat at the intersection of entertainment and tech.

“Technology is a sports fan’s heaven in many respects,” he said. “We’re now entering a new age where the technology side of our business has actually risen to a level that is almost equal to the entertainment side -- but probably an unbelievable partner to entertainment -- more so than ever before. And to me, that’s very exciting. And also, the ability to package, which we’ve done with our entertainment offerings with our sports offerings, whether we were dealing with multichannel operators or whether we’re dealing with consumers that want to buy streaming services, I think has real value both for us as distributors and also for consumers.”

Los Angeles Times

HOLLYWOOD INC.

TV Awards Music Hollywood Inc. Arts Books Theater Museums & Art Comedy Behold

Hollywood Inc.

YouTube turns 20 years old. How it changed TV as we know it



Dhar Mann, right, talks with his long time head production manager Ruben Ortiz at Dhar Mann Studios in Burbank.

By **Wendy Lee** April 23, 2025 3 AM PT

The grainy 19-second YouTube video that started it all hardly had the makings of a viral sensation.

Shot at the San Diego Zoo, the primitive video clip showed Jawed Karim, the platform's co-founder, complimenting the elephants in the frame behind him. "The cool thing about these guys is they have really, really, really long trunks," Karim said.

The clip, titled "Me at the zoo," was the first video uploaded onto YouTube 20 years ago, opening the door to a new medium of television.

From those modest beginnings, the site opened the gates for users from around the world to post funny, viral videos that could take the internet by storm, racking up millions of views and earning some millions of dollars.

YouTube has evolved into not a mere tech operation, but a formidable force in television.

Popular music artists such as Justin Bieber rose to fame on YouTube and social media stars including MrBeast turned their large followings into powerful entertainment companies. The destination for homemade videos such as "Charlie bit my finger" is now the streaming home to large music festivals like Coachella and NFL football games.

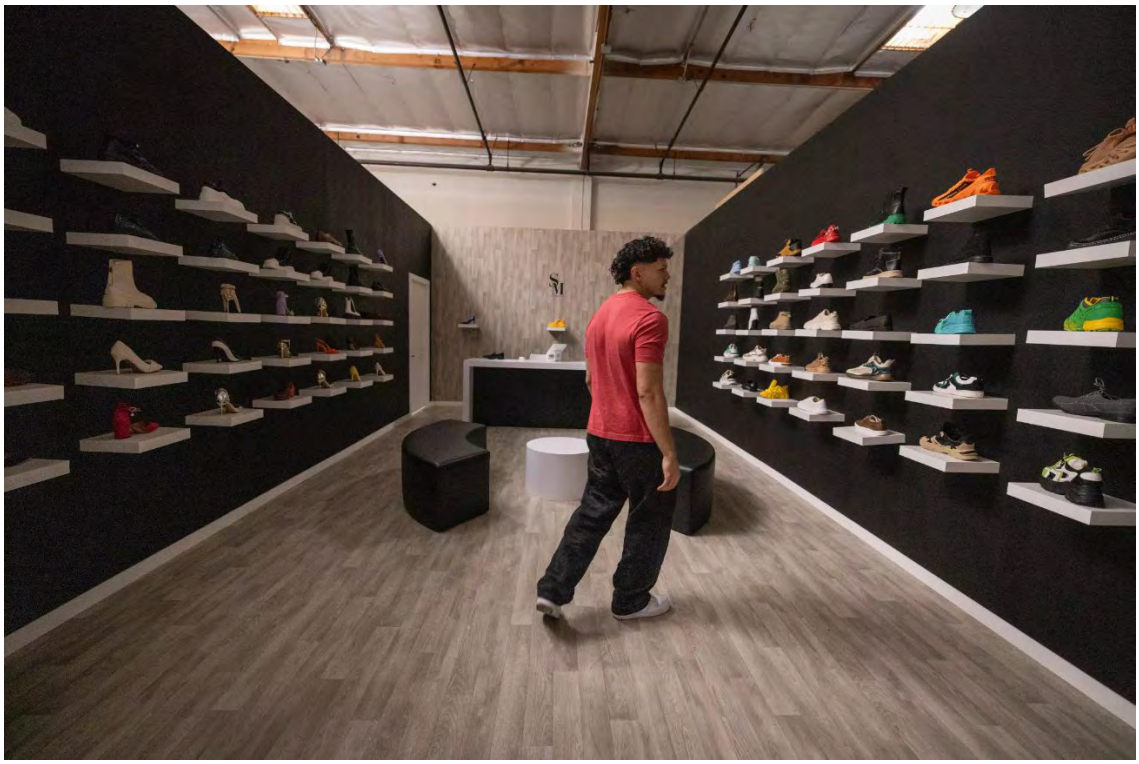
Google-owned YouTube's revenue last year was estimated to be $54.2 billion, which would make it the second-largest media company behind Walt Disney Co., according to a recent report from research firm MoffettNathanson, which called YouTube "the new king of all media."

"We can never underestimate what a big thing YouTube was when it came out," said Robert Thompson, director of Syracuse University's Bleier Center for Television and Popular Culture. "When that debuted 20 years ago, that was a sign of major important changes, not only in the way that we watch TV, but in what we even thought of as TV."

YouTube, run by Chief Executive Neal Mohan since 2023, accounted for 12% of U.S. TV viewing in March, more than other rival streaming platforms including Netflix and Tubi, according to Nielsen.

More people are watching YouTube on TV sets rather than on smartphones and computer screens, consuming more than 1 billion hours on average of YouTube content on TV daily, the company said on its website.

"Its unmatched reach, strong brand, and omnipresent distribution channels mean that it can connect creators, advertisers, and viewers like no other platform can," MoffettNathanson analysts wrote in their report.



Head production manager Ruben Ortiz at Burbank-based Dhar Mann Studios. The company creates family friendly programs for its YouTube channel. (Jason Armond / Los Angeles Times)

That has opened up opportunities for video creators like Dhar Mann, a former weed entrepreneur who started posting videos on YouTube in 2018 with no film background.

Today, his company, Burbank-based Dhar Mann Studios, operates on 125,000 square feet of production space, employs roughly 200 people and works with 2,000 actors a year on family friendly programs that touch on how students and families deal with topics such as bullying, narcolepsy, chronic inflammatory bowel disease and hoarding.

Mann made $45 million last year, according to Forbes estimates. The majority of his company's revenue comes through YouTube.

"I didn't have to wait two years for a studio to green light my deal and send me a check," 40-year-old Mann said. "I was able to get instant access to monetization as soon as I got people watching my videos, so YouTube has changed my life. I don't think it's just the future of TV — it is TV, and the world is catching on."

Humble origins

When YouTube first started in San Mateo, its founders weren't thinking they would take on the television industry.

They envisioned it as a dating site where people would upload videos and score them. When that didn't work, the founders decided to open up the platform for all sorts of videos. Users drove traffic to YouTube by sharing videos on MySpace.

“We’ve given creators and folks this way to find a global audience and share their passion with the world,” said Amjad Hanif, vice president of product for YouTube in an interview. “Before YouTube, there was no way to do that. And now, whether you’re in the U.S., or in Thailand, Southeast Asia, South America — you have access to this global network of creators to learn, educate, entertain.”

One of the key ways YouTube built a large following was by embracing (and, crucially, paying) its video creators — the people who were posting content on the site.

In 2007, YouTube launched a partnership program, providing a way for creators to make money through ads. This financially motivated creators to keep posting, which brought more eyeballs and advertisers to YouTube.

“YouTube was the place where you went to for an exciting new art form,” Thompson said. “This idea of the user-generated video, whether it’s something somebody made, whether it’s some clip they just found and posted, it was different. It wasn’t just another sitcom or reality show.”

Getting that first paycheck encouraged some early creators to pursue YouTube as a career. The ability to easily record oneself and post videos online for the world to see changed the way fresh talent could be discovered by Hollywood.

“The walls broke down for me where it’s not just five places where you can go and discover talent,” said Sam Grey, CEO of comedy studio and talent management firm Stapleview, who has signed comedy clients based on social media videos. “You don’t have to move to one of the big cities. You can really do it from anywhere, and the cream will rise.”

Patrick Starrr, who produces makeup tutorial videos, said he made his first $1 million through YouTube at the age of 25. He left his job at retailer MAC Cosmetics in Florida and moved to L.A.

“I’m living proof that you can turn your passion into a profession, and your purpose into power,” wrote Starrr, 35, in an email. “YouTube gave me the mic, and I haven’t put it down since.”

It was still a fledgling career path at the time. Creators learned as they went, figuring out who to hire for their teams and how to negotiate their own brand deals. Some dealt with skeptical parents.

“My mom would always give me so much crap about it — she would say, ‘Why do you want to do YouTube?’” said Chucky Appleby, now an executive at MrBeast. His reply: “Mom, you can make a living from this.”

MrBeast’s holding company, Beast Industries, which employs more than 400 people, made $473 million in revenue last year, according to Business Insider. In the last 28 days, MrBeast content — which includes challenges and stunt videos — received 3.6 billion views on YouTube, Appleby said.

Appleby, 28, said he’s since bought a Jeep for his mom.

Piracy and safety concerns

But as YouTube's popularity skyrocketed in its early days, so did threats of copyright infringement lawsuits.

YouTube worked quickly to reach deals with music labels like Universal Music Group. In 2007, Paramount and MTV owner Viacom sued Google, which bought YouTube the year before for $1.65 billion, for copyright infringement. That case was later settled in 2014.

Google tried to address the entertainment industry's concerns by launching Content ID, which flags unauthorized content for media partners and allows them to choose whether to take those videos down or collect revenue from ads placed on them.

That, along with the YouTube Partner Program, "really ended up creating that full cycle that allowed the economy to thrive and YouTube to grow," Hanif said.

The company also navigated concerns from parents over what kids could see on the platform.

In 2015, YouTube launched a kids app with child-appropriate videos and parental controls. In 2019, YouTube and Google reached a $170-million settlement with the Federal Trade Commission and the New York attorney general that alleged YouTube collected data on children younger than 13 without their parents' consent. Since then, YouTube has changed the way it handles advertising on content meant for children.

The company says it limits data collection of videos for kids to only what is needed to support the operation of the service and doesn't serve personalized ads on those videos.

Growing competition

YouTube's ambitions expanded when it launched YouTube TV in 2017, a service with more than 40 live television networks. The offering was attractive to a growing number of cord-cutters and people who grew up watching YouTube.

YouTube also increasingly became the home for must-see events, including Coachella starting in 2011. In 2023, YouTube began streaming out-of-market network TV broadcasts of NFL Sunday ticket games.

Once considered a cheaper option for cable-less young people, YouTube TV now costs $82.99 a month after an increase that frustrated many users.

YouTube benefited from being a video pioneer, but it faces growing competition from social media rivals including Instagram and TikTok that try to woo influencers to post content on their platforms.

In 2020, YouTube launched its own form of shorter videos called "Shorts" to better compete with TikTok. Today, YouTube says Shorts has on average 70 billion daily views.

The company has also diversified the way that creators can make money beyond ads and brand deals, including through individual channel memberships. Creators say that YouTube stands out from the competition based on the amount of revenue the company is willing to share with creators, its data analytics and its reach.

Not every strategy was successful. Starting in 2016, YouTube announced a slate of premium scripted shows to its subscription service to compete with Hulu, but most of the shows didn't gain enough traction on the platform. "Cobra Kai," a series based on the "Karate Kid" film franchise, began as a YouTube Original and ended up becoming a hit for Netflix.

Media companies are noticing what works on YouTube too, including the popularity of video podcasters. Spotify is trying to capitalize on the video podcasting space, while Netflix is also exploring ways in.

Ian Hecox, president of comedy network Smosh, described the last 20 years on YouTube as waves, with up periods, down periods and algorithmic shifts. Still, he feels confident about the future. Smosh's YouTube audience includes people who watched Hecox as teens who now are adults with children who watch too.

"It's really just kind of a wild thing to see," 37-year-old Hecox said. "I have full-grown adults come up to me and tell me that I was their childhood."

VARIETY

Apr 23, 2025 6:00am PT

YouTube Says It Now Hosts More Than 20 Billion Videos, Unveils New Features and Easter Eggs in 20th Birthday Celebration

By Todd Spangler



Updated, Correction Appended: Blow out the candles! YouTube has been pumping out videos for two decades — and to give you one idea of how massive the Google-owned platform has become, YouTube says more than 20 billion videos have been uploaded to date.

Wednesday (April 23) marks the 20th anniversary of the the first video shared on YouTube: "Me at the Zoo," a 19-second clip that co-founder Jawed Karim shot in front of the elephant exhibit at the San Diego Zoo.

To mark its 20th birthday, YouTube shared some new statistics, announced some forthcoming features and is planting some celebratory Easter eggs.

In addition to the 20 billion-plus videos uploaded over 20 years, YouTube says that on average, there are over 20 million videos uploaded daily to YouTube (as of March 2025).

In 2024, YouTube users averaged over 100 million comments on videos on a daily basis — and creators "hearted" comments from an average of 10 million viewers per day. Last year, YouTube videos on average received over 3.5 billion likes from users per day. (In 2021, YouTube started hiding thumbs-down "dislikes" on videos.)

In addition, to date, more than 300 music videos on YouTube have more than 1 billion views — a group that it has dubbed the Billion Views Club. The five music videos that have hit the milestone the fastest are: Adele's "Hello" (88 days); Ed Sheeran's "Shape of You" and Luis Fonsi's "Despacito ft. Daddy Yankee" (tied at 97 days); J Balvin & Willy William's "Mi Gente" (103 days); and Rosé & Bruno Mars' "APT." (105 days).

YouTube announced several new upcoming features:

- In the "next few weeks," YouTube TV subscribers will be able to build their own multiview with select non-sports content, starting with a small group of popular channels and expanding in the coming months.
- YouTube will roll out the ability for more creators to "voice-reply" to comments on their videos later this year, after trialing the feature to a small group of creators in 2024.
- YouTube's Ask Music feature creates a personalized radio station based on a description of the type of music you're in the mood for (available on iOS and Android for all YouTube Premium and YouTube Music users).
- 4x playback speed is rolling out for YouTube Premium subscribes on mobile devices (alongside 2.05x, 2.5x, 3x playback).
- This summer, YouTube is planning to launch a new TV viewing experience, promising easier navigation, playback, quality tweaks, and streamlined access to comments, channel info, and subscribing.

YouTube has a few Easter eggs marking the 20th birthday, too.

It's launching a celebratory Yoodle, a special version of the YouTube logo (it's YouTube's version of a Google Doodle) — and if you click on it, you'll get "rick-rolled" with a custom mash-up of Rick Astley's "Never Gonna Give You Up" (which is in the Billion Views Club).

On a few select videos on Wednesday, including "Me at the Zoo" and the "Never Gonna Give You Up" birthday clip, there's a special birthday-themed video status bar (aka the "scrubber"); if you like the videos, a "20" animation pops up over the button. And for desktop YouTube users, if you type "bday" while on a watch page you will see a subtle blast from the past: The video player's controls will revert back to an older design.

YouTube also is introducing a new limited YouTube 20th anniversary logo:



YouTube shared the backstory of the original logo: In 2005, co-founder Chad Hurley was en route to the office and came up with the idea — inspired by the logo for the CalTrain, a commuter line in Silicon Valley, and the TV Guide design.

Today, YouTube is larger and more powerful than any other player in Hollywood and is positioned to build on that lead, according to MoffettNathanson analyst Michael Nathanson, who recently dubbed YouTube the "new king of all media."

For the full year 2024, YouTube was the second-largest media company by revenue at $54.2 billion, trailing only Disney, according to Nathanson. In 2025, YouTube is poised to take the top spot, ahead of Disney (excluding revenue in Disney's theme parks and product segment), "making it not only the leader in engagement but revenue as well," Nathanson wrote in a recent research note. If YouTube were a standalone business, it would be worth $475 billion to $550 billion, or about 30% of Alphabet's current valuation, the analysts estimated.

YouTube now ranks as the largest aggregate TV content source in the U.S. according to Nielsen (based on viewing time), surpassing traditional TV giants like Disney, Paramount Global, Warner Bros. Discovery and NBCUniversal, as well as subscription-streaming leader Netflix.

Correction: An earlier version of this story, based on information provided by YouTube, said more than 20 trillion videos have been uploaded to YouTube to date. In fact, according to YouTube, the correct figure is "more than 20 billion" videos uploaded as of April 2025.

CincoDías

PAÍS: España
PÁGINAS: 32
AVE: 9970 €
ÁREA: 509 CM² - 69%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 7386
OTS: 50000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

24 Abril, 2025



Breakingviews

El efecto de la IA convierte a Youtube en el nuevo eje de Alphabet

Los inversores podrían estar pasando por alto una estrella de 500.000 millones de dólares dentro del grupo

JENNIFER SABA

A lo largo de sus 26 años de existencia, con un aumento del 6.000% en el precio de sus acciones y su dominio del mercado mundial de los motores de búsqueda, Alphabet, dueña de Google, se ha convertido en un gigante de internet valorado en 1,8 billones de dólares. Opera el sistema operativo más popular del mundo, Android, ha desarrollado algunas de las innovaciones tecnológicas más importantes en el campo de la inteligencia artificial y gestiona un colosal servicio de computación en la nube. Solo en medio de este batiburrillo de activos, Youtube, la fuente de contenido de vídeo más vista, podría parecer casi perdida en la confusión. A medida que los rápidos cambios en la IA sacuden sus cimientos en las búsquedas, los inversores podrían estar pasando por alto una estrella de 500.000 millones de dólares dentro de la empresa.

Hace exactamente 20 años, cuando Netflix era todavía un servicio de venta de DVD por correo, los antiguos empleados de PayPal Steve Chen, Chad Hurley y Jawed Karim publicaron el primer vídeo de la plataforma de redes sociales, un clip de 19 segundos titulado *Me at the zoo* (*Yo en el zoo*). La invitación abierta a cualquiera para subir y compartir vídeos se hizo viral rápidamente; ese mismo año, el programa de humor *Saturday Night Live* publicó un *sketch* en el que los cómicos Andy Samberg y Chris Parnell aparecían en una parodia musical de los Beastie Boys.

Google adquirió Youtube por 1.700 millones en acciones para complementar su misión de "organizar la información del mundo". Desde que se cerró el acuerdo en 2007, la plataforma ha florecido. Según Nielsen, en marzo de este año, Youtube representaba el 12% de todo el consumo televisivo en Estados Unidos, por delante de todas las fuentes tradicionales, como Disney, Netflix o NBC.

Esto no solo se aplica a los niños con iPad: los adultos de 35 años o más constituyen la mitad de los espectadores. Es cierto que la legión de celebridades creadas por el servicio, como MrBeast, tienen un cierto atractivo adolescente. Pero en Moffett Nathanson prevén que los servicios de suscripción de Youtube superarán a los operadores de cable Comcast y Charter Communications a finales de 2026, con casi 11 millones de miembros.



Una persona sostiene un teléfono con el logotipo de Youtube al fondo. GETTY IMAGES

No obstante, esto no ha supuesto una valoración desmesurada para su matriz. La relación entre el valor empresarial de Alphabet y el ebitda estimado para 2026 es inferior a la de Meta, Microsoft y Apple, según Visible Alpha.

Problemas

Los problemas en otros ámbitos podrían ser parte de ello. La publicidad que aparece junto a los omnipresentes resultados de búsqueda de Google representó el 57% de los 350.000 millones de ingresos de Alphabet el año pasado. Las búsquedas pueden dividirse, fundamentalmente, según cómo se utilicen: consultas de información general, por ejemplo, o búsqueda de un producto para comprar. Cuando se trata de desenterrar información, la explosión de chatbots como ChatGPT supone una amenaza creciente. La facilidad de pedir respuestas a un robot que lo sabe todo evita la molestia de tener que peinar los resultados de búsqueda.

Quizás intuyendo el peligro, Google ha empezado a incluir de forma destacada sus propios resúmenes generados por IA en la parte superior de las páginas de búsqueda, colocándolos en casi el 43% de los resultados a finales del año pasado, según un estudio. Pero eso significa correr el riesgo de robar la atención de los enlaces que son la propuesta de valor de Google para los dueños de sitios web y los anunciantes: las tasas de clics disminuyeron más del 7% intertrimestral en ordenadores de sobremesa para consultas que utilizaban términos como "qué", "cuándo", "dónde" y "cómo".

Mientras, en las búsquedas relacionadas con compras, están creciendo los rivales especializados. Según eMarketer, más de la mitad de los estadounidenses inician ahora sus búsquedas de *ecommerce* en Amazon. En medio de estas presiones, la cuota de Google en el mercado global de la publicidad en buscadores se redujo al 89,8% en enero, desde el 93,1% en mayo de 2023, según Bank of America, que cita un estudio de Statcounter. Los analistas de Bernstein calculan que ChatGPT podría haberse comido hasta un 15% del volumen de consultas de Google.

La IA al menos ayuda a la división de computación en la nube de Alphabet, que proporciona la potencia necesaria para procesar los datos detrás de los chatbots. Los ingresos crecieron un 64%, hasta alcanzar los 43.000 millones en 2024, en comparación con dos años antes. Pero la empresa ocupa el tercer puesto, por detrás de Amazon y Microsoft. La adquisición de Wiz por 32.000 millones, anunciada en marzo, es una medida para recuperar terreno ofreciendo ciberseguridad. Aun así, el CEO, Sundar Pichai, parece estar pagando de más, y los reguladores podrían mirar con recelo.

De hecho, los defensores de la competencia ya quieren reducir la influencia de Google. Los jueces han determinado que Alphabet ejerce un monopolio ilegal tanto en el mercado de las búsquedas como en el de la publicidad digital. Los abogados del Gobierno quieren separar unidades clave como Chrome, y están advirtiendo específicamente sobre el papel de Alphabet en la carrera por la IA.

Esto pone el foco en Youtube. Dado que su contenido es generado por la comunidad, no tiene la carga de Netflix, que declara obligaciones de contenido por valor de 22.000 millones hasta marzo. Pero Alphabet comparte aproximadamente el 50% de los ingresos publicitarios con cuentas monetizadas. Eso significa márgenes operativos más reducidos que los de su rival.

El impulso de las suscripciones para la plataforma, que en general es gratuita, ayuda. Los analistas, según Visible Alpha, prevén que Youtube obtenga más de un tercio de sus ingresos de su plan Premium, que incluye música, y de su paquete de *streaming*, más caro, sustituto de la televisión tradicional. En total, se prevé que Youtube genere 70.000 millones en ingresos totales en 2026. Valorada en 7 veces, un poco menos que Netflix, tiene un valor de 490.000 millones.

Descifrar eso de las otras unidades de Alphabet es complicado. Los analistas de Goldman Sachs afirman que el negocio de la nube podría valer unas 30 veces su beneficio operativo estimado, de aproximadamente 14.000 millones el próximo año. Por su parte, la búsqueda, la publicidad y los servicios podrían generar algo más de 116.000 millones de dicho beneficio, suponiendo un margen del 40% sobre los ingresos previstos. Si aplicamos el múltiplo global de Alphabet, 12 veces, a esa cifra, y sumamos ambos, obtenemos un valor de 1,8 billones. Si lo sumamos todo y añadimos el efectivo neto, la capitalización bursátil de la empresa sería de 2,4 billones, un tercio más que en la actualidad.

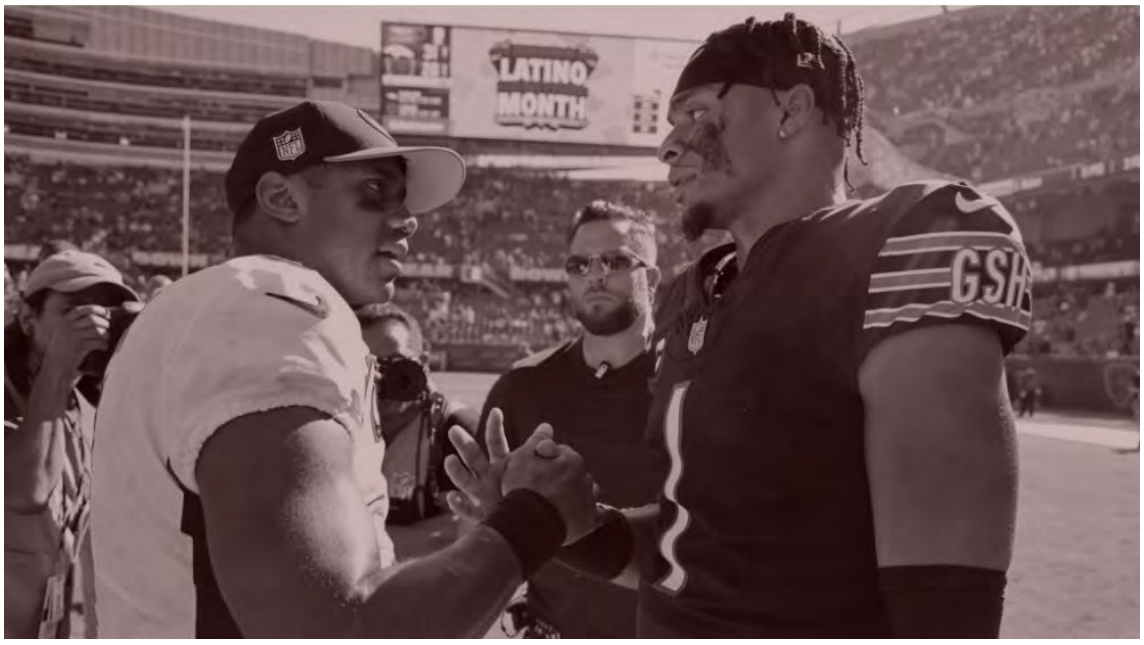
Una recesión, cuya probabilidad está creciendo rápidamente, podría afectar gravemente a Google y Youtube. Los anunciantes podrían retirarse bruscamente si los consumidores se vuelven pesimistas. En general, la publicidad en EE UU podría contraerse en 50.000 millones en una recesión, más del 11%, estima Moffett Nathanson.

Por otra parte, el entretenimiento ha prosperado durante las crisis económicas. La edad de oro de Hollywood comenzó con el inicio de la Gran Depresión. Los profundos vínculos con el núcleo publicitario de Alphabet probablemente dificulten una separación. Pero con los reguladores presionando para que se produzca una escisión en otras áreas y los problemas acumulándose en su negocio principal, Youtube parece merecer un estatus de estrella que, hasta ahora, los inversores parecen haber pasado por alto.

PUCK

The YouTube-Sports Mating Rituals

If you want to understand YouTube's sports ambitions, stop thinking about the platform as another ESPN or Netflix, and see it for what it is: Google's video gatekeeper.



Sunday Ticket, for example, is available to YouTube TV subscribers (sports and news fans across the board) as well as Primetime Channel users on YouTube (those who have a heightened interest in the NFL). Photo: Michael Reaves/Getty Images

Julia Alexander April 22, 2025

These days, the only thing sports and entertainment executives want to talk about is YouTube. Not YouTube TV, mind you, but YouTube. Alas, the two often get conflated: When we talk about YouTube, we're often talking about its creators, who upload videos for the viewing pleasure of the platform's more than 2 billion monthly users; YouTube TV, meanwhile, is essentially a skinny bundle that acts as a distributor for content providers like Disney and Warner Bros. Discovery.

But when reports suggest that YouTube TV is a potential bidder for the NFL's Week 1 game in São Paulo, I know that things have gotten really confused. After all, any streaming analyst worth their salt knows that an NFL game shouldn't be confined to YouTube TV—it should be on YouTube. Yes, YouTube.

YouTube TV isn't designed to replace cable channels. Instead, it's designed to do exactly what Google's search engine has done for 30 years—act as a gateway to all content. The business doesn't compete for exclusivity; it competes to deliver the best viewing experience. It's a tech strategy, not a media play.

But while Google is betting that YouTube TV can unify television and create a better experience than its competitors, Google is betting that YouTube can expand advertising opportunities and increase global reach. And that makes it a better partner for sports leagues under certain circumstances.

The heart of YouTube's sports strategy, for its part, is Primetime Channels, which are designed to reduce discovery problems by elevating content that sits behind closed doors (streaming apps) and putting it in front of people. Sunday Ticket, for example, is available to subscribers of YouTube TV (which serves sports fans across the board) as well as Primetime Channel users on YouTube (those who have a heightened interest in the NFL). We know this strategy works for Amazon and its partners—25 percent of Apple TV+'s domestic subscriber growth in Q1 came from its partnership with Prime Video—so why couldn't it work for YouTube? Outdoor TV, a subscription service for outdoor sporting activities, saw engagement for its channel grow by 42 percent following its partnership with YouTube Primetime Channels.

Google has worked on redesigning the main YouTube app to better highlight Primetime Channels, and the algorithmic flywheel is evident. A Los Angeles Chargers fan might go to YouTube to watch game highlights or content from a creator like Pat McAfee. YouTube then serves up reminders about Sunday Ticket, available via a YouTube TV subscription, or through Primetime Channels; the landing page for Primetime Channels reminds the Chargers fan that, based on their White Lotus–related activity on the app, they can also subscribe to Max. It's all within one payment system, and it's all done through the app where users are spending the most time: YouTube accounts for 12 percent of all TV streaming time in the U.S.

The Ad Play

None of this is new for consumers: Roku has used this strategy for years, and Apple TV was once a major competitor in the space. YouTube, however, has a massive advantage given its enormous user base, sheer amount of free content, and one-click payment system. So what is it going to do with this flywheel? Rights to a one-off NFL game become admittedly tantalizing—again for YouTube, not YouTube TV.

YouTube doesn't need high-priced licensed sports content to make its own offering better—it's already thriving. But Google certainly sees the potency of the advertising opportunity.

Connected TV ad spending, which includes YouTube, hit nearly $29 billion in the U.S. last year, and is projected to sail past $46 billion in 2028, per eMarketer.

What's more, YouTube's audience currently demonstrates ample advertising tolerance. (Only about 7 percent of YouTube's 2 billion-plus monthly users pay for the ad-free YouTube Premium.) So access to more exclusive live content could further incentivize advertisers to allocate more of their CTV budget, and possibly even reallocate some of their linear budget, to YouTube at a time when its digital ads business is facing more competition and disruption—especially following the Department of Justice's recent verdict regarding Google's ad tech monopoly.

We're already seeing the possibilities of YouTube's unique appeal. A few years ago, YouTube acquired some rights to Campeonato Paulista, a large soccer league in Brazil. Recently, Casimiro Miguel, a YouTube creator focused on soccer, who has more than 4 million subscribers, provided real-time commentary on a live game, directly on the platform. It became one of YouTube Live's most watched streams ever. The stream followed the rollout of YouTube's "Watch With" feature, which allows creators to color commentate on live sports—beating Amazon Prime Video, which shut down its Twitch "Watch Party" feature last year, to the punch. Not only will this allow YouTube to demonstrate its tech capabilities—including ad tech—during these broadcasts, it will also increase the number of ads that YouTube can sell across a game.

YouTube executives understand that sports, and sports-adjacent content like podcasts and highlight channels, is big business. Sports viewing increased by 30 percent in 2024, and the company has teased significant changes to the platform to accommodate more of it. Yet for all the promise of YouTube, there still isn't enough direct monetization to synthesize a pay TV deal, and that stops YouTube from investing in rights in a meaningful way.

This is especially true as the cost of sports rights explodes. YouTube could be an additional partner—conversations with leagues including the MLB and the NBA have reportedly happened—but it doesn't need those rights nearly as much as legacy media companies, or even Amazon, Netflix, and Apple. So, in the meantime, you can expect the business to selectively invest in sports rights, but don't anticipate that YouTube TV will do the same.

Warner Bros. Movie Chiefs Michael De Luca and Pam Abdy: Don't Count Us Out Just Yet

With blockbusters 'Sinners' and 'A Minecraft Movie' at their back, the embattled duo hopes they're finally off the hot seat. At least that's what their boss, David Zaslav, assured them: "We took him at his word."

By Peter Kiefer April 22, 2025



Pam Abdy and Michael De Luca attend the world premiere of 'Mickey 17' at Cineworld Leicester Square on Feb. 13, 2025, in London. Dave Benett/WireImage

For weeks, it wasn't a matter of if Michael De Luca and Pam Abdy were getting fired — it was when. The Warner Bros. Motion Picture Group co-chairmen and co-CEOs had been put on executive death watch, the Hollywood equivalent of dead men walking. Anonymous quotes were flying. Pundits were counting down. Their replacements were being openly speculated about — reportedly even interviewed. And then came … a vampire.

The box office success of Sinners — Ryan Coogler's genre-bending bloodsucker epic — didn't just deliver a much-needed win for original filmmaking. It may have saved the jobs of the veteran execs who greenlit it. Coming on the heels of A Minecraft Movie's record-breaking launch, Sinners pulled in $48 million domestically in its opening weekend and won over both critics and audiences, offering what looks a lot like a last-minute reprieve for the embattled duo.

Or is it?

Abdy and De Luca had stayed mostly silent as speculation over their future reached a fever pitch. Sources close to the pair say they were disappointed by the half-hearted platitudes offered by Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav amid the firestorm. “No one bats a thousand,” adds a source inside the studio. “But there was a crisis of confidence after Joker 2.”

Then last weekend as Sinners‘ first box office numbers rolled in, the executives decided to speak — addressing the runouts and their futures at the company — in a candid interview with The Hollywood Reporter.

“We kind of knew we had the goods just in terms of having watched the director’s cut,” De Luca says of Sinners, speaking from his house on a sunny Easter Sunday. “But to have the audience validate that — that’s really what’s giving us the most joy today. We’re also happy that as an original swing, it’s worked out and we hope it inspires the other studios to take more original swings because that’s how you get new franchises and keep the industry refreshed.”

To say that the victory was hard-earned is an understatement. For the better part of two months, the press had been brutal. A Vulture piece warned that the rights deal they struck with Coogler on Sinners “could end” the studio system as we know it. Bloomberg reported that Zaslav was already auditioning their successors. Puck implied they were hemorrhaging money on prestige projects, citing $160 million for Paul Thomas Anderson’s One Battle After Another (out Sept. 26) and up to $100 million for Maggie Gyllenhaal’s The Bride (March 6, 2026).

With one headline after another, the narrative was sealed: De Luca and Abdy were toast. Until, that is, they weren’t.

The first hint of a turnaround came with Minecraft, which stunned with $163 million domestic and $313 million global in its opening weekend. But Sinners, an original screenplay written, directed and produced by Coogler, was seen as a truer test of their creative instincts — a big swing that, if it whiffed, might’ve been their last.

Still, the duo isn’t pretending it’s all sunshine and studio lot lattes. “Until a film comes out, there’s going to be a certain amount of chatter and wondering,” says De Luca. “And sometimes that can lead to gossip and speculation and that can escape the walls of your company and leak out to what I affectionately call the snark industrial complex. And let’s face it, the clickbait industry does not trade on positive headlines.”

Abdy puts it more plainly: “I just wish people would wait until they see something before they predetermine what it is; before they have any idea about it. That’s the part that’s frustrating.”

De Luca, meanwhile, is still stung by the Vulture piece, which questioned the decision to allow Coogler to retain rights to Sinners after 25 years — a clause typically reserved for the Tarantinos of the industry. “They talked about this as an existential threat to the industry. I mean, it’s so ignorant and laughable,” he says. “Of course, it’s not a make-or-break thing for any studio or the industry. It was a

competitive situation. Ryan himself went on the record saying he was going to get it from somebody else, and he made a pretty effective case for this movie, especially with its themes of Black ownership. This is very important and personal to him, and frankly, we're proud to be able to give it to Ryan."

Adby, meanwhile, was eager to push back on elements of a Puck article that questioned whether the budget granted to Gyllenhaal's Bride, which was originally set up at Netflix before the streamer balked at the proposed budget, was proof of the reckless spending narrative that has trailed De Luca and Abdy for years.

"It's so concerning to me, that [Puck] thinks it's OK for every male director that's gone from making an independent film to getting hired to direct a $150 million Marvel film, which is a budget that The Bride does not have, but yet it's still not OK for Maggie? If it was a male director it would be a nonstory, but because it's a female director … I'm sorry, it's just wrong," says Abdy.

"Maggie's movie is punk rock. It's fun. It's bold. It's got Christian Bale. It's got Jesse Buckley. It's got multiple ensemble casts and Mike and I believe in her wholeheartedly," she says. "There's been all this noise about the film, and no one has seen it yet. We just wish people would allow these filmmakers to make their films, to have them come out and let audiences see them. If they don't work, fine. If we took a swing and we miss, that's fair game. But I don't know why they're so focused on Maggie. I do feel it's a little about her gender — I have to be honest."

Much of the criticism directed their way stems from their willingness to spend — and spend big. De Luca, in particular, has long drawn both admiration and ire for his high-risk, high-reward bets. From Boogie Nights to Seven to Austin Powers, he helped define edgy studio filmmaking in the '90s when he was in his 20s, in high-profile posts at New Line and MGM. He and Abdy have adopted a similar ethos during their nearly three-year tenure at Warners.

But the middle-aged version of De Luca elicits a mix of jealousy and resentment from some of his peers, many of whom see someone who, at times, hasn't played by the same rules as everyone else. Not everyone's buying what he's selling today.

"He did the same thing when he was running MGM — he places big bets that don't make financial sense. It's not hard to win the Ryan Coogler sweepstakes when you're paying more than anyone else," says a top executive at another studio. "Mike made his career discovering filmmakers in the lower genre space, like Fincher and PTA. Now it just seems like he's buying retail on Rodeo Drive — working with all the fancy people."

And yet, others argue, that's the whole point. "Mike and Pam know very well that with every movie they greenlight they're betting their jobs," says a former studio president. "For someone like Mike — one of the great mavericks of his generation — it's better to get fired for something bold than for playing it safe. We need more of those big bets to find the next algorithm that actually works."

For now, it looks like their own personal algorithm has stabilized with audiences endorsing both Minecraft and now Sinners, but there's one filmgoer whose opinion matters more than anyone else's. De Luca and Abdy publicly insist that relations with their boss, Zaslav, seem fine. But it's clear that it hasn't exactly been friction-free over the past few months. According to a source, it was Joker: Folie à Deux that set the stage for the tension. The studio did not test screen the film and relied on friends and family screenings. De Luca and Abdy were thrilled with the cut they saw, but Zaslav wasn't and made it clear he had strong concerns. De Luca has privately admitted to colleagues that in this case, Zaslav ultimately got it right.

But no one can deny that De Luca and Abdy are on a roll, not even Zaslav, who called to congratulate them both on Easter Sunday. "It was a wonderful phone call, and he was very proud of the group and very happy with the result," De Luca says.

Yet the wounds from the press still sting. "You can't ask someone in [Zaslav's] position to play Whack-a-Mole," De Luca says of the nonstop rumor cycle. "He's assured us that it was fake news and there were no changes imminent, and we took him at his word."

As for the numbers? Sinners has to hit $170 million to break even (other sources say it is closer to $180 million), and De Luca is bullish: "I'm very confident that this film will be comfortably profitable."

De Luca and Abdy chafe at the perception that they're solely focused on auteur-driven originals and say it's unfair that they're being judged on a handful of projects that are part of a large, diversified slate. Minecraft, of course, is based on one of the most popular video games of all time. New Line Cinema, which is a subsidiary of Warner Bros. Motion Picture Group, has Final Destination, The Conjuring: Last Rights and Mortal Kombat 2 and at CinemaCon Warner Bros. Pictures Animation teased a slate of updated classics that are in the works.

And while Coogler is returning to Marvel for Black Panther 3, De Luca is already plotting his return to the Warner Bros. fold, saying, "That's the long-term play … and I just spoke to him this morning. He will absolutely be back."

As for his own future — the high-wire act that is modern-day movie-execing — De Luca doesn't flinch. "I'm not saying it's become an easier job. It has become a harder job creating films that are theater-worthy and getting people to convert to ticket buyers," he says. "The reason that box office is down is because we're still not making enough movies, and that goes for all the studios. So our belief — that's shared by David — is to make more movies, and make different kinds of movies. Obviously, every movie must have the right price point."

But, of course, Sinners and Minecraft may only be temporary reprieves. The real test is still ahead — and they have big budgets. Next up on the slate are the two films most often cited in the whispers about De Luca and Abdy's future: Gyllenhaal's The Bride and Anderson's One Battle After Another. One is bold and offbeat. The other is prestige Oscar bait. Both are expensive, director-driven swings. And both will almost certainly determine whether De Luca and Abdy get to keep swinging — or whether this spring's comeback was merely a stay of execution.



Pam Abdy and Mike Deluca (Christopher Smith for TheWrap)

PRO

Warner's Mike De Luca and Pam Abdy Are Safe (for Now) After 'Sinners' and 'Minecraft' Success

More risky gambles lie ahead, but Warner Bros.' film chiefs have built a franchise hit and a new studio relationship with Ryan Coogler



Jeremy Fuster and  Umberto Gonzalez April 23, 2025 @ 6:15 AM

How quickly the fortunes of a Hollywood studio head can change.

Just weeks after the word around town was that their jobs were in jeopardy, Warner Bros. Motion Picture Group studio heads Michael De Luca and Pam Abdy have passed a key test of their film strategy and will likely live to fight another day thanks to the critical and commercial success of Ryan Coogler's "Sinners" and the birth of a new franchise with Jared Hess' "A Minecraft Movie," according to multiple insiders who spoke with TheWrap.

Coogler's vampire horror film's $48 million domestic opening weekend and extremely rare A CinemaScore — the first for a horror film in 39 years — has strengthened the pair's position following earlier misfires like Todd Phillips' "Joker: Folie à Deux" and Bong Joon-ho's "Mickey 17."

Even more impressive: Warner Bros. achieved what no studio has accomplished since 2009, with two films – "Sinners" and "Minecraft" – each grossing over $40 million on the same weekend, as "Minecraft," with $720 million grossed so far, is on track to become the eighth film in studio history to gross $1 billion worldwide.

"To paraphrase Mark Twain, the rumors of their demise have been exaggerated — I always thought it felt like rivals trying to will it to happen," one franchise film producer told TheWrap. "These guys have an extensive rapport with almost every filmmaker that matters. Warners would lose a lot losing them."

Representatives for Warner Bros. Discovery declined TheWrap's request for comment.



Mike De Luca and Pam Abdy present the Warner Bros. slate at CinemaCon 2025

While the performance of "Minecraft" and "Sinners" have tamped down talk about De Luca and Abdy being ousted, one top agent cautioned that bigger challenges still lie ahead: "The real test is upcoming" — in James Gunn's "Superman," Paul Thomas Anderson's "One Battle After Another," Maggie Gyllenhaal's "The Bride," and an untitled Alejandro González Iñárritu film. Other upcoming titles that will test their skill will be "Animal Friends," "Flowervale Street" and "Wuthering Heights."

On the eve of CinemaCon earlier this month, TheWrap reported that Warner Bros. Discovery head David Zaslav was having "informal" meetings with potential replacements for De Luca and Abdy after the misfires for "Joker: Folie a Deux" and "Mickey 17"— and ahead of a risky slate.

“Zaslav is not patient once he turns,” a source familiar with Warner Bros. and Zaslav told TheWrap at the time. “But it would be a shame to punish them for taking big creative swings.”

De Luca and Abdy, who were installed in 2022 and whose contracts expire next year, have staked their reputations on big-budget auteur projects from filmmakers like Coogler, Anderson and Gunn.

It is a strategy that, to some degree, predates them. Prior to “Sinners,” the films on Warner’s slate were ones that were greenlit by De Luca and Abdy’s predecessor, Toby Emmerich, with the two execs overseeing those projects to completion. That includes hits like “Minecraft” and busts like “Mickey 17,” both of which entered active production in the final months of Emmerich’s tenure in early 2022 prior to Warner’s merger with Discovery.

Insiders at the studio tell TheWrap that bringing in Coogler and “Sinners” was a doubling down on the filmmaker-first strategy by De Luca and Abdy. The two executives arrived as Warner was still reeling from its “Project Popcorn” experiment in which the studio released all of its 2021 films in theaters and on streaming simultaneously.

The plan led to major friction between WB and one of its major production partners, Legendary Pictures, that Abdy and De Luca had to smooth over. “Project Popcorn” also brought public condemnation from top directors like Denis Villeneuve and Christopher Nolan, the latter of whom ended his decade-plus relationship with Warner and brought his eventual Best Picture Oscar winner “Oppenheimer” to Universal.



Ryan Coogler with Michael B. Jordan and Delroy Lindo on the set of “Sinners.”

De Luca and Abdy sought to reestablish Warner Bros. as a studio that welcomed filmmakers with unique visions, and were willing to stake hundreds of millions to rebuild that image. It is why they agreed to extremely favorable terms for Coogler to bring “Sinners,” his first post-“Black Panther” film and his first original film since his 2013 debut “Fruitvale Station,” to their slate.

Among those terms was a reported $90 million net production budget before marketing, an abnormally high spend for the typically thrifty horror genre that enabled Coogler to fulfill his vision of stylized vampire fight scenes, supernatural musical sequences and a historically accurate Great Depression Mississippi, all shot with Imax and Ultra Panavision cameras.

More unusual, and to the consternation of rival executives, Abdy and De Luca agreed to return ownership of "Sinners" to Coogler after 25 years, a deal that the filmmaker told TheWrap he wanted because of the deeply personal nature of the film. Only Quentin Tarantino has made a similar deal in recent memory with "Once Upon a Time … in Hollywood."

Their gamble appears to be paying off. "Sinners" now stands as the best opening weekend for an original film this decade and is enjoying the strongest critical and audience reviews of any film this year. Box office sources tell TheWrap that with such strong acclaim, they expect "Sinners" to earn at least a 3x multiple, which would equate to a domestic theatrical total of at least $144 million.

The flipside is that "Sinners," with its specific focus on Black American culture and history, isn't getting much turnout from international audiences with a $16 million overseas launch. Given the film's marketing costs and a first-dollar revenue deal for Coogler, "Sinners" will likely require post-theatrical revenue like PVOD and streaming licensing deals to turn a profit. But Warner insiders told TheWrap that they are confident the film will be profitable because of its universal audience buzz.

This is also where the ongoing success of "A Minecraft Movie" comes in, serving as the tentpole that supports financially riskier endeavors like "Sinners." With "Minecraft" on its way to $1 billion and DC's "Superman" potentially reaching that mark if it wins over a global audience, Warner Bros. could finally have its first year with multiple $1 billion hits, an achievement that Universal pulled off in 2015 and 2017 and which Disney did every year from 2015 to 2019 and again in 2024 with "Inside Out 2," "Deadpool & Wolverine" and "Moana 2."

Such a box office achievement would be a feather in De Luca and Abdy's caps, all while establishing a potentially long-lasting relationship with Coogler similar to the one Warner once had with Nolan.

However, not everyone in town is convinced that "Sinners" has done enough to prove that De Luca and Abdy's big spends on original filmmaking will be worth it to their parent company in the long run.

"When you have studio heads spinning the very solid, but not spectacular, domestic opening of an expensive movie in their own favor while disregarding its shockingly low overseas opening, you are entering the territory of 'smoke and mirrors,'" one industry insider said, noting that "you can only move so many potential misses to 2027 for breathing room."

Along with “Superman,” the next big test for De Luca and Abdy will be “One Battle After Another,” which will be released in late September with full premium format support, including Imax 70mm and the once obsolete format VistaVision.



Leonardo DiCaprio in Paul Thomas Anderson’s “One Battle After Another.” (Warner Bros.)

Anderson is revered among cinephiles, with 11 Oscar nominations to his name and the distinction of being the only filmmaker to win directorial awards at the Cannes, Venice and Berlin film festivals.

But unlike Coogler, who rode into Warner with the box office clout of his “Black Panther” films and “Creed,” Anderson’s highest grossing film is his 2007 drama “There Will Be Blood” at just $77 million worldwide.

In total, Anderson’s 10 films have earned a combined lifetime gross before inflation adjustment of $317 million, according to The Numbers. At a budget reported to be as much as $150 million, “One Battle After Another” will probably have to match that figure to get into break even territory theatrically.

To do so will require another campaign from Warner Bros. that sells “One Battle After Another” as an event release as effectively as they did “Sinners,” fighting against industry trends that have made franchises the only reliable moneymakers for the box office while studios and theaters have to fight harder to convince enough people to spend the time and money to give original films a chance.

For now, with Anderson’s film still five months away, De Luca and Abdy took a victory lap on Sunday, releasing a statement celebrating Warner’s one-two success on the box office charts.

“As we continue to strive to bring an array of films to moviegoers, we are thrilled to see how Ryan Coogler’s original movie ‘Sinners,’ and a movie based on the fan favorite ‘Minecraft’ game, have resonated with audiences in such a stellar way,” the statement read. “Movies have the power to transport us to worlds only seen on the big screen, and Warner Bros. Pictures remains committed to bringing singular in-theater experiences to audiences looking for bold movies, both original and those based on beloved existing properties.”

VARIETY

Apr 22, 2025 2:30pm PT

Netflix Takes Broadway: How 'Stranger Things' Play 'First Shadow' Is Key to Season 5 Plot and Streamer's Larger Live Experiences Biz

By **Jennifer Maas**



STRANGER THINGS: THE FIRST SHADOW - BROADWAY. Louis McCartney as Henry Creel in Netflix's Stranger Things: The First Shadow at Marquis Theatre on Broadway. Photo Cr. Matthew Murphy and Evan Zimmerman/Netflix

There's a moment in Netflix's behind-the-scenes documentary about the making of the streamer's new "Stranger Things" play in which the majority of a conversation between the play's director and playwright is bleeped out because it includes too many spoilers about the hit TV series' upcoming fifth and final season.

It serves as a not-so-subtle response to anyone who had doubts that "Stranger Things: The First Shadow" was a necessary piece of "Stranger Things" creators Matt and Ross Duffer's master plan for the Upside Down.

But the Duffers will be the first to tell you that, though the show is an integral part of the "Stranger Things" mythology heading into the final season, it wasn't their idea. It wasn't even Netflix's. It was famed director Stephen Daldry's.

"It didn't come from Netflix. It wasn't Netflix's idea. This was Stephen's idea," Matt Duffer said during a Q&A following a screening of "Behind the Curtain: Build the World of 'Stranger Things: The First Shadow" on Monday. "Stephen was the one who had to push it and make it happen. He was passionate about it and I think that's the key. You have something like this, you can have people just churning out stuff to make money and using the name, but that's obviously not what this was. This was Stephen fighting to make this happen."



STRANGER THINGS: THE FIRST SHADOW – BROADWAY. Netflix's Stranger Things: The First Shadow at Marquis Theatre on Broadway. Photo Cr. Matthew Murphy and Evan Zimmerman/Netflix

Daldry approached the Duffers with his idea to make a "Stranger Things" play after "Stranger Things" aired its second season in 2017. The Duffers were shocked "The Crown" director and producer had interest at all — and further confused when he explained this wasn't a musical (as was many people's, including the Duffers', first thought when they hear Broadway). It was a sci-fi/horror play that would genuinely scare its audience in the same way the TV series does.

Enter legendary West End and Broadway producer Sonia Friedman, director Justin Martin, and "Stranger Things: The First Shadow" playwright Kate Trefry, who has been a writer on the "Stranger Things" TV series since Season 2. The Duffers helped sketch out the initial idea and made sure it was canon in their larger story for the TV show, but aside from notes

here and there throughout the process, they entrusted the finer details of “First Shadow” — the origin story of “Stranger Things” big bad Henry Creel/Vecna — to Daldry, Friedman and Trefry. And that trio had the task of making sure everything in “First Shadow” worked as both a standalone play, and as a bridge between Seasons 4 and 5 of “Stranger Things.”

“I was writing the play and writing Season 5 at the same time, and so to me, they’re just two pieces of a whole, and they’re inextricable from each other,” Trefry said. “And I think that the experience of consuming both together is going to be really fun and satisfying to see how connected they are.”

They’re so connected that the Duffers were sending notes on changes made to the series finale to Trefry during her multiple rewrites of the initial version of the play, which debuted on the West End in December 2023. It ended up winning two Olivier Awards for Best Entertainment or Comedy Play and Best Set Design.

“Part of the challenge, and I think what you’re seeing in that [behind-the-scenes doc], is Kate was doing Season 5 with us, but at a certain point, [she was] just doing this while we were filming, and then we were working on finale stuff,” Ross Duffer said. “And as Matt and I were doing the finale, stuff was changing and everything was evolving in real time. And I think that’s what made it the biggest challenge because, as we got to script, we realized we needed to change things and that affected the play, but they were in the middle of doing the play. It was very close, the timing was a few weeks before the play opened.”



STRANGER THINGS: THE FIRST SHADOW – BROADWAY. (L-R) Gabrielle Nevaeh as Patty Newby and Louis McCartney as Henry Creel in Netflix’s Stranger Things: The First Shadow at Marquis Theatre on Broadway. Photo Cr. Matthew Murphy and Evan Zimmerman/Netflix

Now the play is opening again, this time with even more rewrites, at the Marquis Theater in New York. Some serve to clarify story points and others are due to technical changes and scaling up production for Broadway — but some are just for extra fun, like a nod to Netflix's iconic "Watch Credits" or "Next Episode…" option, which flashes up on the stage's LED screen just before curtain call at the end of the show.

"What you'll see in the documentary is that we basically ran out of time in London," "First Shadow" producer Friedman told Variety. "And that wasn't manufactured for the documentary, we genuinely ran out of time in London. We loved what we did in London, but we knew we had a stop-dead date to start performances and to open the show. And we knew that the work was going to have to continue after we opened in London, and that's because you do learn a lot in front of an audience, and you can see the technical, physical demands and how ambitious it is technically. It was impossible, once we put it on the stage, to do very big changes, it was just technically impossible. So we sort of banked everything we were learning through the London experience, through the London previews, and changed what we could but we knew that there was a journey that was ongoing."

Friedman says that while the London version is "still brilliant," it's "very different," and put on in a theater that's half the size of the Marquis.

"The set was all built again. There were effects that we brought over, in terms of how we designed it. But everything was built again," Friedman said. "As we call it 'the gantry' — one of the final effects — that was from London, in terms of that effect. Many were. The Mind Flayer that comes out into the auditorium is very different to London, that was built here just for New York. We thought we could go bigger, and we certainly did"

And, while Netflix won't disclose exactly how much it spent on producing "The First Shadow" — first for the West End and now all over again for Broadway — it certainly wasn't cheap. But Netflix has a good shot at recouping their expenses through ticket sales and the exclusive merch fans can buy only at "The First Shadow." Netflix vice president of consumer products Josh Simon likes to call these products (one of which is only sold beginning at intermission so as not to spoil specific plot points in the first act) "artifacts" rather than "souvenirs."

"It starts with Matt and Ross Duffer being huge fans of entertainment merchandise. And they have been their whole lives, like, they still are very proud of their t-shirt collection that they've amassed over the years of collecting," Simon says, adding the play is "such a fun opportunity to create the things that you can only get in the theater." "And it really rewards fans who are excited enough to go to the show," he said.

"Stranger Things: The First Shadow" might be Netflix's first Broadway play, but it's far from its first live experience. The company has been focused on growing that branch of its business for the past three years, reporting more than 40 unique experiences to date and reached 7.5 million fans across 170 openings in 100 cities around the world. Those include

“Squid Game: The Experience,” “The Queen’s Ball: A Bridgerton Experience,” “Stranger Things: The Experience,” restaurants Netflix Bites LA and Netflix Bites Vegas. Soon, Netflix will open two permanent locations for in-person entertainment and experiences called Netflix House; one in King of Prussia, Pennsylvania, and the other in Galleria Dallas in Texas.

“We’re about telling great stories, and that can happen in so many mediums,” Simon said when asked about the potential for other Netflix IPs to make their way to Broadway and the West End. “We’re always looking for ways to get fans closer to the world and characters they love. Theater is definitely one element of that. The experiences, the restaurant are other examples. And I’ll just say that we’re always looking for new ways to bring new stories to life.”

For now, you’re definitely going to need to head to the theater to get the story because Netflix does not have plans to stream “The First Shadow.”



STRANGER THINGS: THE FIRST SHADOW – BROADWAY. (L-R) Gabrielle Nevaeh as Patty Newby and Louis McCartney as Henry Creel in Netflix’s Stranger Things: The First Shadow at Marquis Theatre on Broadway. Photo Cr. Matthew Murphy and Evan Zimmerman/Netflix

“From a visual effects standpoint and a production design standpoint, we’re doing things that I think are pretty groundbreaking and haven’t been done before,” Simon said. “There’s just a real visceral reaction that people have from the intense jump scares to really laugh out loud, light hearted humor and even some musical numbers in between. It’s a unique experience and we’ve designed it really to be a unique theater going experience. And that’s where our focus is.”

As a prequel to “Stranger Things,” “The First Shadow” features teenage versions of Joyce (played by Winona Ryder on the TV series), Hopper (David Harbour’s character) and Bob Newby (played by Sean Astin), as well as multiple callbacks to the TV series. And, at its center, it is a love story between Henry Creel (played in “First Shadow” by Louis McCartney, who originated the part on the West End) and Patty Newby (a new character for the stage play, portrayed by Gabrielle Nevaeh).

“One of the tricks of this whole process was trying to create something that could stand on its own as a unique story, but also relate back to everything that came before, and also speak to the future episodes in the final season,” Trefry told Variety. “But also make something that you didn’t have to see in order to understand Season 5. At times it felt like it was a catch-22, and I like to think that we thread that needle as best we could. But it’s obviously my sincere wish for everybody to see all of it, for everyone to see every episode and the and the play and to have the most fun viewing experience because it’s all interwoven.”



STRANGER THINGS: THE FIRST SHADOW – BROADWAY. (L-R) T.R. Knight as Victor Creel, Louis McCartney as Henry Creel, and Rosie Benton as Virginia Creel in Netflix’s Stranger Things: The First Shadow at Marquis Theatre on Broadway. Photo Cr. Matthew Murphy and Evan Zimmerman/Netflix

But whether Patty will be included as a character in the upcoming fifth and final season of “Stranger Things” when it debuts later this year, Trefry says: “That’s something that I’m not at liberty to disclose.”

Friedman takes pride in the stat that more than 70% of “The First Shadow” audience members are first-time theatergoers, and that’s solely based on the West End performance and Broadway previews ahead of opening night Tuesday. If that interest can hold, it will determine how long the show runs, something Friedman isn’t willing to bet on yet.

“That’s an impossible question to answer,” Friedman said. “But no producer or creative team puts this amount of work and time and love into a project, which we have been developing now for many years,” Friedman said. “We first started talking about this in 2018 and it’s now 2025. We haven’t created this in order to only run it for a few weeks. We believe we should be here a little while. But we’re having this conversation a few days before the opening. So let’s have this conversation in six months time.”

As for Trefry, she has no plans to pen any more scripts — theatrical or otherwise — until she’s had a break to recover from “First Shadow.”

“I know there’s some crazy rumors floating around that this is the first part of a trilogy which I cannot confirm or deny. No, I’m denying it,” Trefry promised.

The Hollywood Reporter

BUSINESS NEWS

Why Netflix Brought 'Stranger Things' to Broadway

The play, written by Kate Trefry and executive produced by the Duffer Brothers, brings an original story to the stage and also ties into the next season of the streaming series.

By Caitlin Huston April 22, 2025 10:55am



Louis McCartney (Henry Creel) in 'Stranger Things: The First Shadow.' Matthew Murphy and Evan Zimmerman

Walking into *Stranger Things: The First Shadow* on Broadway, theatergoers are greeted by a giant replica of the Creel house at the center of the Netflix series, plush demogorgons for sale and ominous music from the 1950s playing as signs welcome them to Hawkins, Ind.

"You're going to be right in front of the Mind Flayer!" an attendee in the front few rows says upon taking his seat at an April preview performance.

The show, which is opening at the Marquis Theatre April 22, comes to New York after opening in London's West End in December 2023 and marks the streaming giant's biggest foray onto Broadway to date. For Netflix, bringing this show to the stage allows the streaming giant to connect with the large fandom around one of its most popular series, in the same way the company has been launching immersive experiences around *Bridgerton* and *Squid Game*.

"It goes back to the core of what we love doing at Netflix, which is telling great stories, and most of the time that's happening through movies and TV shows, but we also we love doing that in other mediums, and especially in ways that really allows fans to step into the worlds of their favorite characters," said Josh Simon, vice president of consumer products at Netflix.

But in addition to feeding the fandom, the play, written by Kate Trefry, who is also a writer on the Netflix series, is set up as a prequel to the events in the streaming show and may inform some of what's to come in the next season.

"It's totally canon. It's totally tied into the series with seasons one through four, but also reaching into the future with season five. It had to be this missing puzzle piece that connects all of these different things," Trefry said.

The play is set in Hawkins in 1959, and features the high school versions of characters from the television series, including Winona Ryder's Joyce, Sean Astin's Bob Newby and David Harbour's Hopper, as well as new characters, including Newby's sister, Patty. Their high school experience is upended by the arrival of a new student, Henry Creel (who was introduced in the last season), as he begins experimenting with newfound powers.

Director Stephen Daldry had the initial idea for the *Stranger Things* stage adaptation after being drawn to the challenge of bringing the horror and sci-fi of the show to the stage, and to creating a bridge between television and the stage. Daldry and co-director Justin Martin had previously collaborated with Netflix on *The Crown*, after directing the stage play, *The Audience*, it was based on.

The two ran the idea past the Duffer Brothers, who created the Netflix series and are now executive producers on the stage play, tapped theatrical producer Sonia Friedman to lead the production and Trefry as the playwright because of her familiarity with the *Stranger Things* world. However, she had not previously written for the stage.

"We said 'Don't write a play. Write two episodes," Martin said. "And so these episodes were brilliant, sprawling, everything that we wanted them to be, but also totally impossible to make. There was no limit to her imagination."

The challenge then, Martin says, was asking "How can we blow up our own imaginations?"

After paring back elements in the first draft, which Trefry said included live animals in water, the team collaborated on a version across months of workshops that still includes multiple jump scares and impressive stage effects, including bodies floating into ceilings, characters suddenly mutilating into monsters and a cold open in which a massive battleship seems to appear out of nowhere.

"The cold open is a huge part of obviously television in general, but we spend weeks and weeks figuring out the cold open on the TV show. So if you're gonna do *Stranger Things*, you gotta have a killer cold open," Trefry said.

The team also wanted to capture the pace and structure of the television series, which involves the group splitting up, working on their respective tasks and then "all of those pieces crashing back together to make sense of a whole." This, and the pace of the streaming series, is what makes the series "so compulsively watchable," Trefry says.

Building the Broadway set took six months, which allowed the team time to upgrade some of the special effects from the West End version. For example, one scene, which involves a wall of TV screens that break in rapid succession as a menacing creature comes into view, now involves more practical effects rather than video. The Broadway production also has a shorter run time than the West End production, which is still running at the Phoenix Theatre, as Trefry and the directors went back through the script and finetuned elements for the Broadway actors.

Louis McCartney is reprising his role as Henry Creel on Broadway, in a cast that includes T.R. Knight as Victor Creel, Alison Jaye as Joyce, Gabrielle Nevaeh as Patty Newby, Nicky Eldridge as Bob Newby and Burke Swanson as James Hopper, Jr.



Louis McCartney (Henry Creel) in *Stranger Things: The First Shadow*. (Photo by Matthew Murphy and Evan Zimmerman) Matthew Murphy and Evan Zimmerman

In crafting the story, Trefry said she also tried to plant "little Easter eggs" for fans of the series, while also creating a storyline that worked for theatergoers who had never seen the TV show. She can't say much on how the story will tie into the upcoming season of *Stranger Things,* which is scheduled to premiere in 2025, but notes that seeing the play and then season five will be "very satisfying."

"I was working on writing season five and the play at the same time, so they're really kind of two sides of a coin, and I'm really excited for people to be able to take in the full story and see how the these two things across different mediums are in kind of a dialog with each other," Trefry said.

And as shown in the documentary series about the making of the show, some elements of the play had to be rewritten in London so as not interfere with the storytelling of season five.

"We don't want to ruin the season five experience for anyone, and we don't want people to feel left out that are unable to get to New York or to London. But at the same time, you want the play to be meaningful in the play world," Ross Duffer said an April 21 event for the documentary. "It took a long time to find exactly what that balance is. We're happy with where it is now."

Daldry had initially approached the Duffer Brothers after season one of the show, but the timing did not work out until season four ended, Ross Duffer added.

"Even though that season is long, we didn't have room to put in all that we wanted to about Henry, and so we thought this was the perfect avenue," he said.

For the Broadway production, the team introduced a moment ahead of the curtain call in which a Netflix screen drops down with the options to "Watch credits" or "Next Episode," which induced screams from the audience at the April preview as they thought they might get a sneak peak at future storylines. The team plans to add that into the West End version as well.

Part of the goal in bringing so many special effects to the stage was to transcend the physical limitations of the theater and make the experience of seeing the show seem more immersive, Simon said.

"In the audience, you're sitting there for a couple hours watching something that can feel fairly passive, but the way that they've really been able to bring it to life and make it feel like you're truly like part of an episode of the show, I think, is really unique," Simon said.

That helps put it in the same category as other Netflix experiences, which include The Queens Ball attraction for *Bridgerton*, *Squid Game: The Experience,* a series of immersive games modeled after the show, Netflix Bites, a restaurant with dishes related to titles on the streaming platform, and the upcoming Netflix House, permanent exhibitions of immersive experiences. There's also an immersive Stranger Things: The Experience, which was developed with the Duffer brothers.

All of these experiences help expand the reach of the streaming platform's IP in the same way that companies such as Disney and NBCUniversal utilize their theme parks.

"I think this is our version of it," Simon said. "We've now launched 170 of our attractions in 100 cities around the world."

To be sure, competitors have also been bringing their IP to Broadway, including Disney's currently running *Aladdin* and *The Lion King* and Universal's *Death Becomes Her* and *Wicked,* among many others.



Alison Jaye (Joyce Maldonado), Juan Carlos (Bob Newby) and Burke Swans (James Hopper, Jr.) in *Stranger Things: The First Shadow*. (Photo by Matthew Murphy and Evan Zimmerman) Matthew Murphy and Evan Zimmerman

Last season, Netflix was a co-producer on *Patriots,* a play written by *The Crown's* Peter Morgan, which was also produced by Friedman. That producing credit was, in part, to support Friedman's work, Simon said, and, at the time, the company said it was developing a screen adaptation of the play. The streaming giant also owns the Roald Dahl Company, which has seen several stage adaptations of its stories, including *The Witches* and *Matilda the Musical*.

Netflix hopes to have *Stranger Things: The First Shadow* run on Broadway for several years. Running costs for the play are expected to be high given the special effects and cast of more than 30 people ('Don't even ask me how much *Stranger Things* is going to cost," Friedman recently told *The New York Times*). The first few weeks of previews have been largely well-attended, with strong starting grosses.

As for whether Netflix could bring more stories to the stage, Simon notes that "it's a great area to tell new stories," in the same vein as the other experiences the company is bringing to life.

"Whether it's a restaurant or retail store, a stage play, escape room, a murder-mystery experience, for us, it's really about connecting fans to the stories. And we'll explore any medium for that," Simon said.

VARIETY

Apr 23, 2025 8:05am PT

Hollywood 'Gets Thrown Under the Bus' in U.S. Trade Deals, Netflix's Ted Sarandos Says

By **Todd Spangler**



Ted Sarandos, co-CEO of Netflix, said the entertainment industry "certainly gets overlooked" in U.S. trade deals.

From 2020-24, Netflix contributed $125 billion to the U.S. economy, creating 140,000 production jobs across 500 productions in all 50 states, according to Sarandos, speaking at Semafor's World Economy Summit 2025 in Washington, D.C., on Wednesday. "The lion's share of our investment is in the U.S.," he said, noting that the company has 9,000 employees in the country, with 3 million square feet of studio space and 2 million square feet of office space.

"We kind of get thrown under the bus in trade deals occasionally," Sarandos said, adding, "You hardly ever see a sitting president photographed on a studio lot." Semafor editor-in-chief Ben Smith, who interviewed Sarandos, alluded to President Trump: "You'd think this one would be into it." Sarandos chuckled and responded, "I'm not sure."

Sarandos noted that Netflix announced a $1 billion investment in Mexico's entertainment industry during a press conference with Mexican President Claudia Sheinbaum in February. "I was thinking if we were building a plant to build a billion dollars worth of cars there, the president would certainly announce that," he said. "So it was very exciting."

Asked by Smith whether the Trump administration is "getting it wrong" in focusing economic policy on manufacturing rather than services industries ("Maybe young Americans are more interested in growing up to be production assistants and set builders" than factory workers, Smith commented), Sarandos responded, "I think it's feasible that there's an evolution in the culture around that that is more aligned with what you're talking about."

Meanwhile, Netflix is operating counter to the current anti-globalization trend among U.S. policymakers, with worldwide hits like Korea's "Squid Game" and the U.K.'s "Adolescence." Sarandos said Netflix gives local content teams "absolute autonomy" about what they program in their countries — and he said the company does not acquire TV shows or movies with the expectation they will achieve global popularity. "The more authentically local [a production] is, the more likely it is to travel," he said.

Alluding to the steep tariffs of 145% (or more) the Trump administration has imposed on Chinese goods, Sarandos said Netflix is one of the few large U.S. companies that has no exposure to China tariffs. The company several years ago expended effort to try to enter China, through a deal with Chinese streaming platform iQIYI. But Netflix's shows never reached China through that pact: The content had to clear the communist regime's censorship board, and over three years not a single episode of a Netflix original series was approved. "They had no interest in us being in China," he said.

Netflix, the world's leading subscription-video streamer, has more than 300 million customers worldwide.

By 2030, Netflix is aiming to hit a $1 trillion market capitalization, while doubling its revenue from $39 billion in 2023 and tripling its operating income from last year's $10 billion, according to a Wall Street Journal report, citing anonymous sources. Netflix is also targeting $9 billion in global ad sales by 2030 and hopes to hit about 410 million subscribers worldwide by then (up from 301.6 million at the end of last year), per the report. Last week, Sarandos called the report a "very disappointing" leak of internal data but said any "long-term aspirations" shared with employees were "not the same as a forecast."

At the Semafor conference, Sarandos reiterated the point: "To be clear, the trillion-dollar [valuation] is a long-term ambition — it's not a guidance." Smith asked whether Netflix needs to enter a new line of business, like theme parks, to hit that target. Netflix's current business has an addressable market of $650 billion in consumer spending, Sarandos said; the company currently captures 5% of that and garners 10% of TV viewing time in its most mature markets. "In the core businesses that we're in, there is a linear growth path," Sarandos said. Netflix has "enormous room to grow in just the things we do."

While Netflix doesn't envision building traditional theme parks, this year it's planning to open its first two "Netflix Houses" in Dallas and King of Prussia, Pennsylvania (outside of Philadelphia), set to include experiential activities, dining and retail. Is that a "baby step" to a theme park? Smith queried. Sarandos suggested those are "the next generation of what a theme park might be," mentioning the business model of the Top Golf chain. People might visit such a venue four or five times per year "versus something you do once every five years," he said.

For the first quarter of 2025, Netflix beat Wall Street financial expectations with revenue of $10.54 billion, up 12.5%, and earnings per share of $6.61 (up from $5.28 a year prior). It was the first quarter Netflix stopped reporting subscriber counts, as the company says it wants to focus investors on financial and user engagement metrics. For Q2, Netflix forecast revenue growth of 15% "as we see the full quarter benefit from recent price changes and continued growth in membership and advertising revenue," it said in its Q1 shareholder letter.

Netflix's earnings beat for Q1 came amid broader fears of a looming economic downturn that could deliver a punch to consumer spending and ad budgets. The company reiterated its forecast for 2025 revenue of $43.5 billion-$44.5 billion (up 11.5%-14.1%), which "assumes healthy member growth, higher subscription pricing and a rough doubling of our ad revenue," Netflix said.

PARROT ANALYTICS

INSIGHTS

The Value of the James Bond Franchise in the Streaming Era

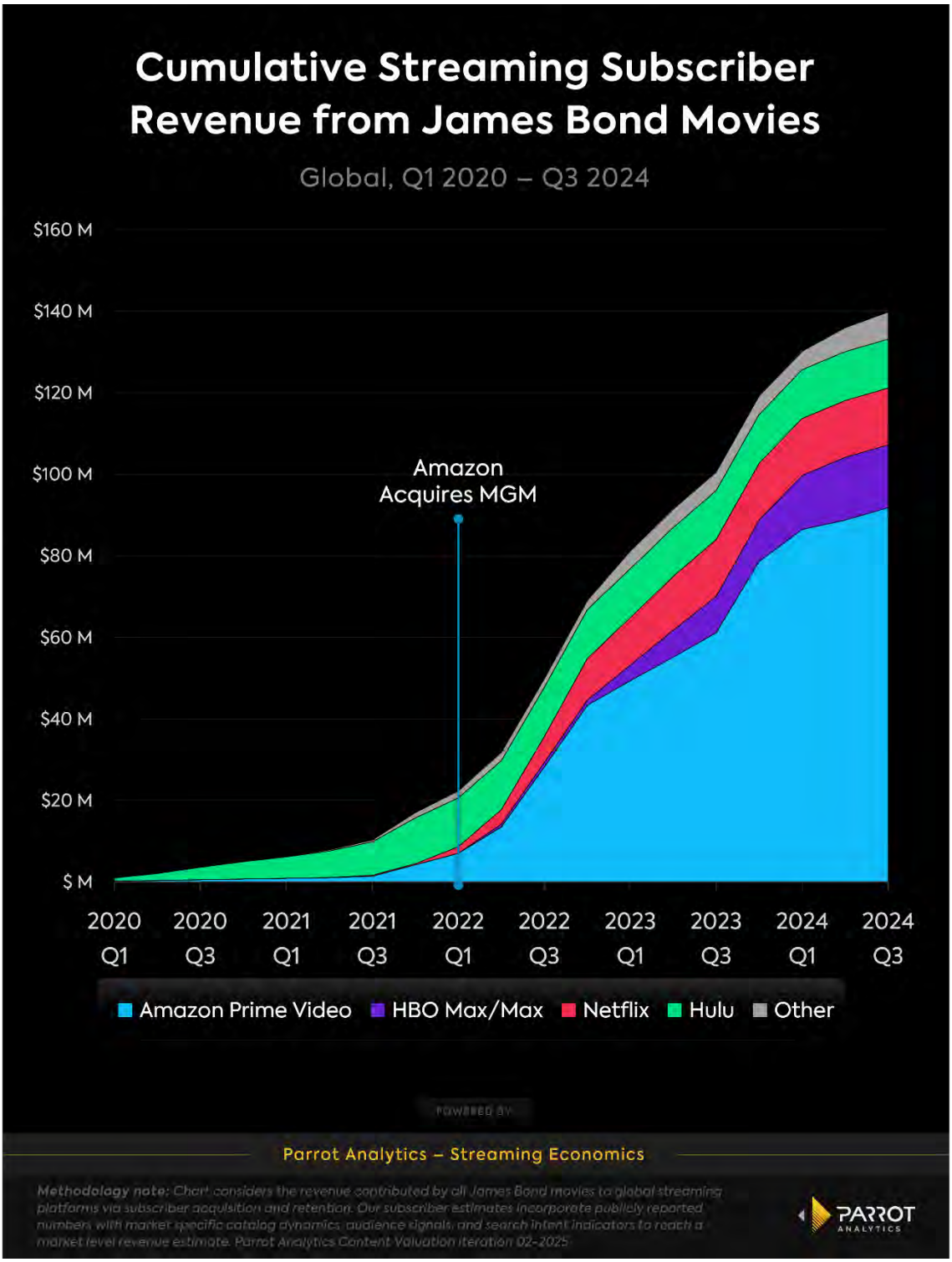
30 March, 2025



Image: Skyfall, MGM

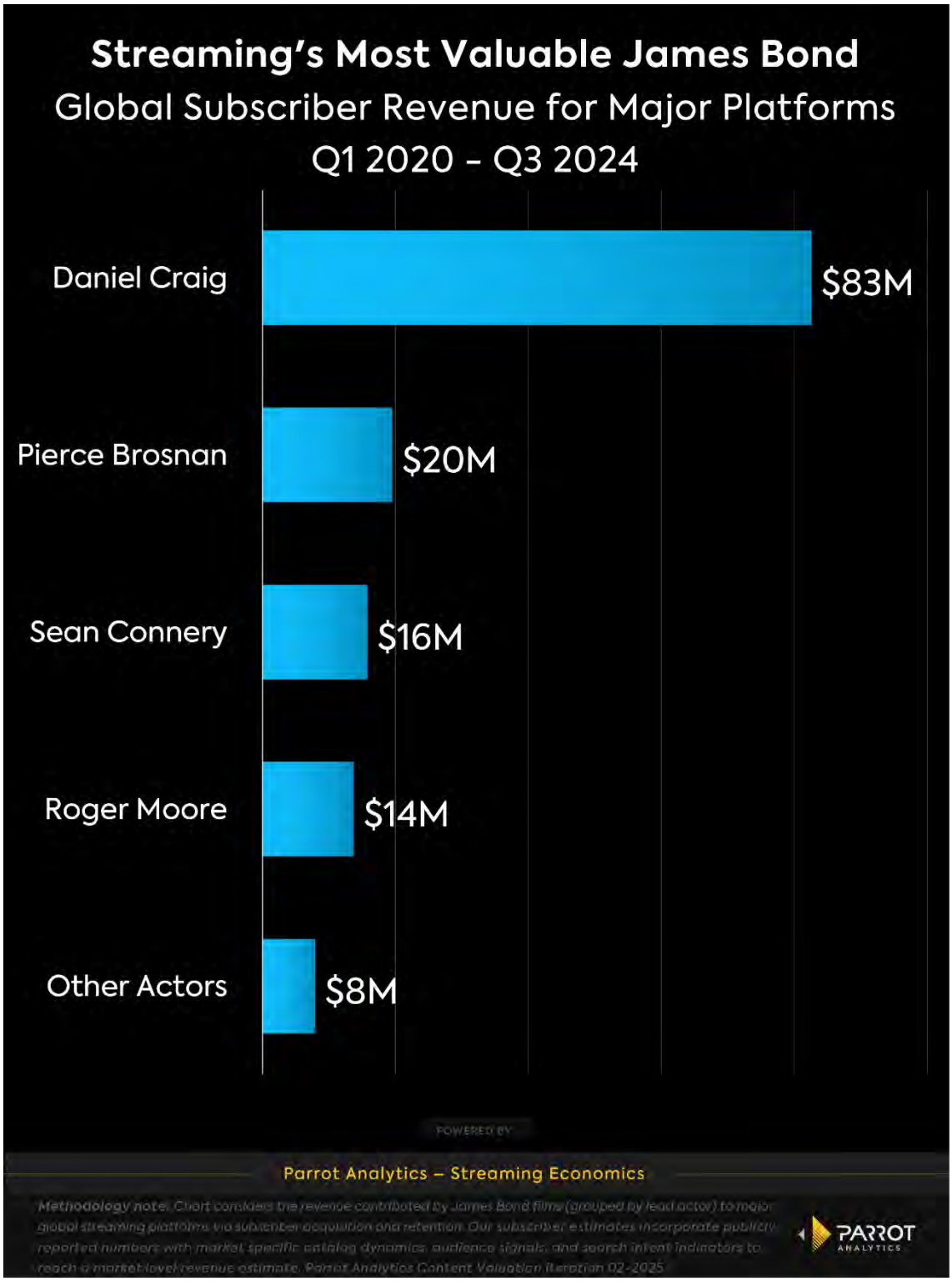
News that Amazon acquired creative control of the James Bond franchise surprised many in the industry as the franchise has been tightly controlled by the Broccoli family since the first film adaptation of Ian Fleming's character in 1962. It is not yet clear what direction the franchise will take under its new ownership but since "No Time To Die" came out in 2021 and no Bond movie is currently in production, the current break is on track to be the biggest gap between Bond movies. With audiences missing their favorite secret agent, the stakes are even higher for getting the new 007 right.

Parrot Analytics' Streaming Economics data on the value the Bond franchise has delivered for streaming reveals how this long-running franchise has proven its worth not just at the box office but into the modern streaming era.



Since 2020, the James Bond franchise has brought in just under $140M in streaming subscriber revenue for major platforms globally. The pace of streaming revenue earned by this franchise notably accelerated at the start of 2022 when Amazon acquired MGM and began to effectively monetize the Bond library. For years, Hulu

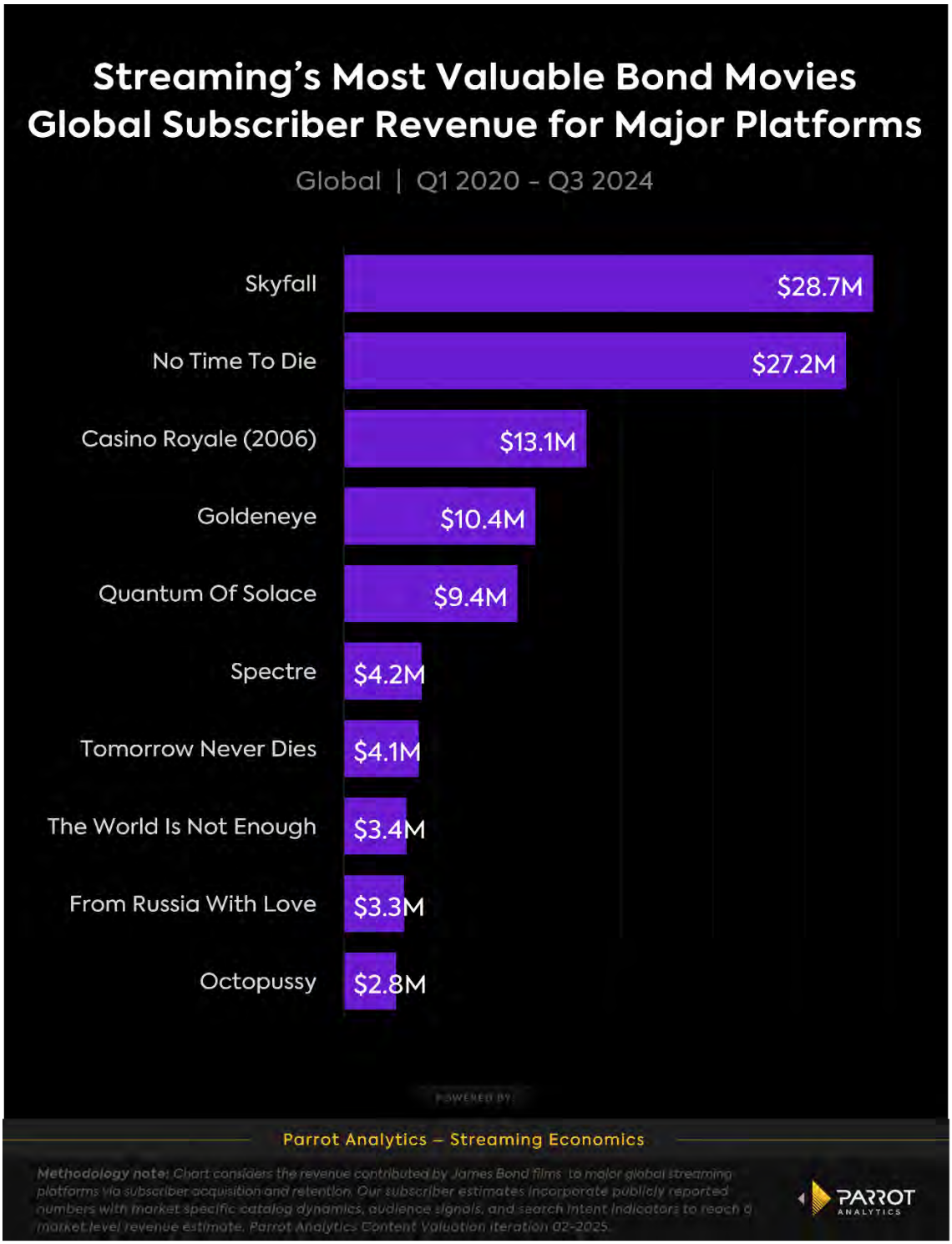
had been the main platform cashing in on the Bond franchise to drive subscriber sign-ups and retention, but that ended in 2022 as the franchise found a new home on Prime Video.



Following the announcement of the deal, Jeff Bezos reignited the perennial debate over who should fill 007's shoes by simply posting "Who'd you pick as the next Bond?" on X.

If we look at the revenue brought in by Bond movies based on lead actor, we see that the 6 James Bond movies starring Daniel Craig, while only a fraction of the movies in the long-running franchise, have delivered by far the most value for streaming platforms ($83M since 2020).

This helps to quantify the financial stakes of casting the next James Bond for the streaming era. If Daniel Craig movies (starting with 2006's Casino Royale) have delivered over $80M in streaming revenue, a new Bond cast for modern audiences with Amazon in the driver's seat has the potential to well exceed these numbers.



Unsurprisingly, the most valuable Bond movies of the streaming era are dominated by the most recent Daniel Craig led films. Two of these stand in a class above the rest. The most recent Bond movie, 2021's "No Time to Die," has brought in over $27M for streaming platforms since 2020. However, 2012's "Skyfall" leads the pack even though it is nearly a decade older. "Skyfall" has also been the most successful Bond movie at the box office (even when adjusting for inflation) so it is interesting to see the movie translate this dominance to streaming.

"GoldenEye" is the pre-Daniel Craig Bond movie that has delivered the most value for streaming ($10.4M), even beating out some more recent Daniel Craig films. This is a good reminder that whatever immediate value any new Bond content generates, the best content will continue to deliver revenue for decades in the future.

VARIETY

Apr 23, 2025 12:09pm PT

Lionsgate Shareholders Approve Split-Up of Studios, Starz Businesses

By **Todd Spangler**



John Wick 4

In a widely expected move, Lionsgate shareholders Wednesday voted overwhelmingly in favor of the separation of the company's studio business and the Starz subscription business.

The vote came at Lionsgate's annual shareholder held April 23. At the meeting, all other proxy resolutions, including the slate of board of director nominees and executive compensation, were also approved. Lionsgate is expected to detail certified vote totals in an SEC filing later Wednesday.

The transaction separating Lionsgate Studios and Starz is expected to close in early May. Under the plan, Starz will be led by current CEO Jeff Hirsch and will trade under the stock symbol STRZ. Lionsgate Studios trades under the symbol LION.

Lionsgate's plan to split its studio business from Starz has been in the works for years, and at one time it expected the transaction to be close in early 2023. The company acquired Starz, a premium cable network and streamer, in 2016 for $4.4 billion.

In announcing first quarter 2025 earnings, Lionsgate CEO Jon Feltheimer said, "We approach the separation of the studio and Starz with a record performance from our library, our Motion Picture Group converting a number of mid-budget films to profitability, [and] our Television Group shepherding an extensive portfolio of premium properties." The exec had previously touted the transaction as creating "one of the world's largest independent pure-play content platforms with the ability to deliver significant incremental value to all of our stakeholders,"

In January, Lionsgate extended its multiyear theatrical output deal with Starz, which keeps exclusive first pay TV and SVOD window rights to the studio's films. As part of the new deal extension, the theatrical films will now appear on Starz "on an accelerated basis closer to their initial theatrical release."

The company's studio business, comprising its TV and film production and distribution segments and a content library with 20,000-plus titles, merged last year with Screaming Eagle Acquisition Corp., a special-purpose acquisition company (SPAC) and became a separately traded entity (with 87.3% of the total shares of Lionsgate Studios held by Lions Gate Entertainment Corp.). With the separation of studios and Starz, current Lionsgate shareholders will receive shares in each of Lionsgate Studios and Starz.

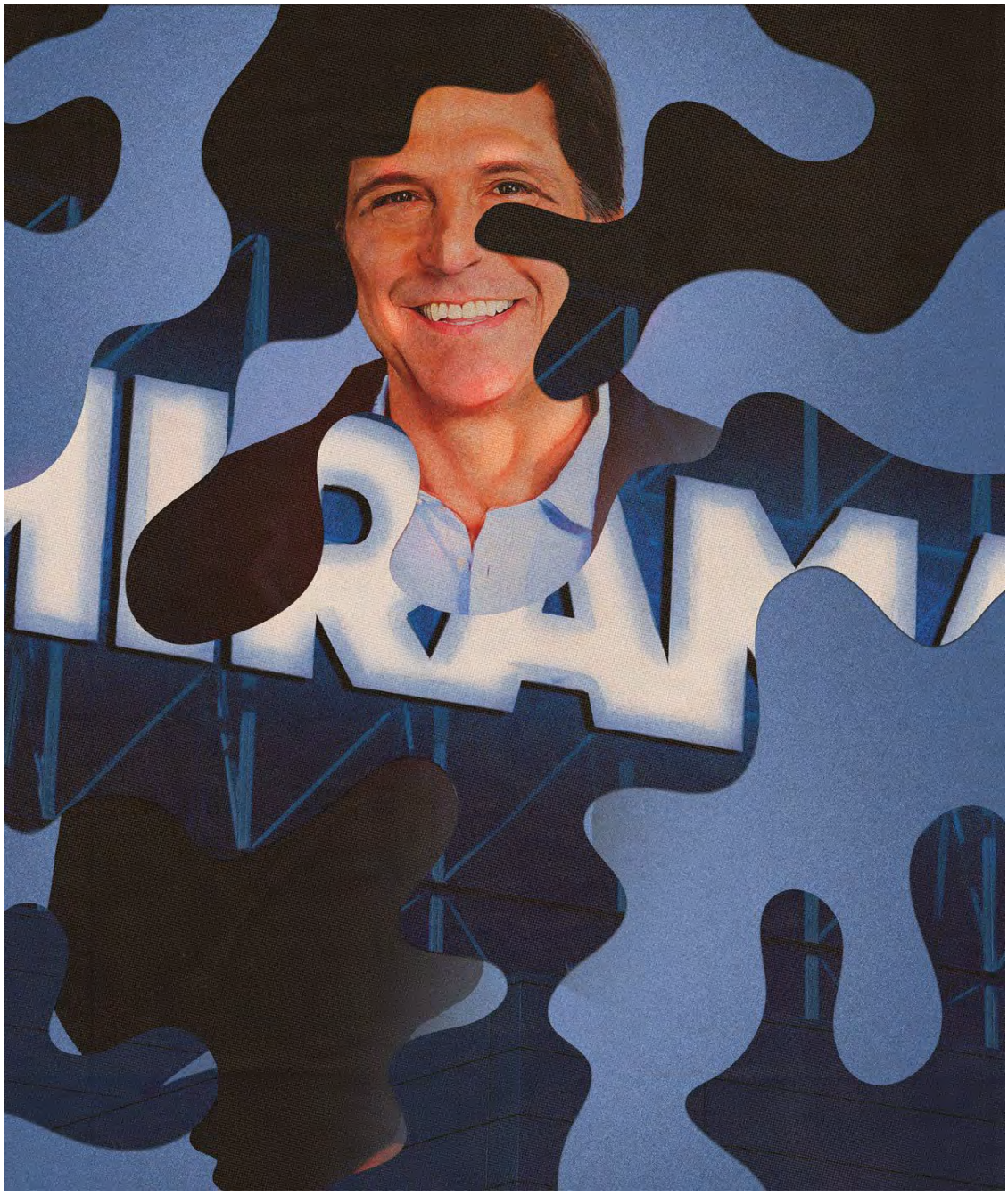
Pictured above: Keanu Reeves in "John Wick: Chapter 4".

VARIETY

Apr 23, 2025 9:40am PT

Can Miramax Bounce Back? Inside the Post-Weinstein Makeover That Includes Reboots, Remakes and Sydney Sweeney

By **Brent Lang, Katcy Stephan**



It wouldn't be "Scary Movie" without the Wayans brothers.

When Jonathan Glickman took over as head of Miramax a year ago, the studio was struggling to reboot the franchise. Glickman knew that a successful relaunch required one essential ingredient — the involvement of Marlon Wayans, Shawn Wayans and Keenen Ivory Wayans, the siblings who gave those popular comedies their subversive spark.

"You need to have some connective tissue with the original property," Glickman says. "It gives legitimacy to a project so it doesn't seem like just a cash grab."

But getting the Wayanses wasn't easy. The brothers believed that Harvey and Bob Weinstein, the bullying, bare-knuckle and (in the case of Harvey) disgraced founders of Miramax, had given them a "crappy" deal on the first film in the series, released in 2000, then "stole" their idea. By the time the third, fourth and fifth "Scary Movie" hit theaters, the Wayanses were no longer involved.

"It was so toxic," Marlon Wayans says. "The way the Weinsteins handled the business of 'Scary Movie,' I could write a 'Scary Movie' about it. We probably should have sued."

Before Glickman took the reins at Miramax, the studio was developing a reboot of "Scary Movie" independently from the Wayans brothers, though it did ask Marlon Wayans if he would shoot a cameo. He wasn't interested. "The only way that I'm a part of it is if me and my family are delivering it, because this is our baby," he says.

For his part, Glickman didn't like the initial script, believing it lacked the right "flavor." He asked to meet with the Wayans family to hear their pitch for the franchise's future. He came away determined to make a deal. To sweeten the offer, he agreed to give the brothers more equity in the movies.

"They needed to see that there's an upside in terms of investing themselves emotionally and creatively in building this franchise," Glickman says. "You want everybody rowing in the same direction."

Getting the Wayanses back in the fold is part of the kinder, gentler, artist-friendly approach that Glickman is using to reinvent Miramax for the 21st century. That's how he positions it when we meet at CinemaCon, an annual conference that brings together studios and movie theater executives in Las Vegas. We're having lunch at Peter Luger, or at least the legendary New York steak house's Sin City simulacrum. "It feels like sacrilege for this to not be in Brooklyn," Glickman says as we are seated.

Over a hamburger, Glickman lays out his vision for the studio. It's one that involves investing in original movies and shows, along with dusting off decades-old properties from Miramax's 700-title library of Oscar winners and genre fare. He's been busy convincing the artists behind these films to be part of rebooting the properties that they so memorably worked on. Miramax is developing TV versions of "Cop Land" with the film's director, James Mangold, as well as "Shall We Dance," with Jennifer Lopez producing the series.



Jonathan Glickman (far right) with "Zero Day" executive producer Noah Oppenheim (far left), Robert De Niro, executive producer Eric Newman, Matthew Modine and director Lesli Linka Glatter

There's also a sequel to "The Faculty" that will be produced by Robert Rodriguez, the director of the original. In many cases, getting creative talent to return required smoothing feathers that were ruffled and settling feuds ignited during Miramax's tumultuous Weinstein era.

It helps that the amiable Glickman, whose friends describe him as a mensch, is dramatically different from the volcanic Weinsteins. He thrives on collaboration; they feasted on combat.

"With Jon, you just know that his heart is in the right place," says Derek Cianfrance, the director of "Roofman," an upcoming Miramax release. "He's got this energy and enthusiasm that makes it clear he loves movies. And he asks good questions that help you clarify what sort of movie you want to make. He doesn't tell you what to do; he guides you."

Glickman fell in love with movies at a drive-in in Wichita, Kan., when he was a child. Growing up, that's where he first saw "Jaws," "Alien" and other classics. "Movies were part of the DNA of my family," Glickman remembers. "Culture was all around us."

His father, Dan Glickman, was a congressman before becoming the secretary of agriculture and later the head of the Motion Picture Association of America, and his mother, Rhoda Yura, was involved in arts organizations. Instead of following his dad into politics, Glickman headed to Hollywood. As a graduate student at USC's School of Cinematic Arts,

Glickman impressed his classmates with both his knowledge of film and his drive. Among those classmates were prolific screenwriting duo Al Gough and Miles Millar, who continue to work with Glickman on the Netflix series "Wednesday."

"He's always been a force of nature," Gough says. "Somebody who's always felt ahead of his time."

"I've always considered myself a cinephile, but he definitely gave me a run for my money," adds Millar, who fondly recalls editing Glickman's stop-motion student film about a young man in dire financial straits whose credit cards spring to life. "There's always been an intensity to John. It's incredibly infectious and inspires creativity."

That intensity was on display after Glickman attended a talk with Joe Roth at USC, followed the producer into an elevator to beg him to let him intern at his company, Caravan Productions, and landed his first gig.

"John August, the screenwriter, was a classmate and saw the whole thing," Glickman says. "He told me it was the most psychotic thing he'd ever witnessed."

From there, Glickman climbed the ladder, eventually becoming president of production at Caravan before moving to Spyglass Entertainment, the company behind "27 Dresses" and "Shanghai Noon." When Spyglass' leaders, Roger Birnbaum and Gary Barber, took control of Metro-Goldwyn-Mayer in 2010, they brought Glickman over to pull the studio back from bankruptcy. He helped revive its fortunes, partly by implementing the same type of plan he is using at Miramax, going through the studio's catalog to find older movies that could be reimagined. That led to successes such as an animated version of "The Addams Family" and "Creed," Ryan Coogler's blockbuster "Rocky" reboot. "It taught me that a catalog is really only valuable if it is being continually refreshed," he says.

Glickman left MGM in 2020 and launched his own production company, Panoramic. He wasn't looking for another studio post, but the Miramax offer was too good to pass up.

"It's a job that I was built to do," Glickman says. "I'm a huge fan of film history, and Miramax's library punches above its weight. It allows me to be satisfied creatively while appealing to my entrepreneurial side."

Still, the job of studio chief has never been harder. In the 1990s and early aughts, Miramax brought an art-house edge to mainstream cinema, releasing critically acclaimed hits like "Pulp Fiction," "Shakespeare in Love" and "Good Will Hunting." Many of those films would struggle to get made today; they're too unconventional, too brainy, too reliant on heart and humanity at a time when Hollywood is obsessed with movies about superheroes.

Glickman isn't giving up on original stories, even though he knows they need to be made economically. He'd like Miramax to produce five to eight films annually, with more than half of them consisting of original material. If a movie isn't part of an existing franchise, the goal is to keep budgets between $30 million and $50 million, to offset risk.



Carmen Electra in 2000's "Scary Movie." ©Dimension Films/Courtesy Evere

"Sometimes that means asking talent to give up some of their upfront salary while giving them a greater share of the upside in success," Glickman says. "That makes them more invested, and the budget gets lower."

Attracting the right star, preferably one firmly associated with a genre, is part of what Glickman believes helps lures crowds. To that end, he's backing the action-thriller "4 Kids Walk Into a Bank," because it features Liam Neeson, a stalwart of that time of film, or "Scandalous!," a romantic drama with Sydney Sweeney, who recently scored with the rom-com "Anyone but You." Colman Domingo, fresh off the Oscar-nominated "Sing Sing," makes his directorial debut in the story of Sammy Davis Jr.'s love affair with Kim Novak. "People want a fun twist on something familiar," Glickman says.

Glickman is also eager to keep developing new franchises for the studio. Miramax scored at the box office with "The Beekeeper," a revenge thriller starring Jason Statham that made more than $160 million globally. A sequel is in the works with Statham hinting at "ambitious plans" to keep building out the series, while developing other films with the studio. "We're already brainstorming new projects that have my creativity in overdrive," he says.

But not every story works theatrically. So the studio is reconceiving some properties that originally were made for the big screen as streaming and TV programs or limited series. To that end, Miramax is developing shows or limited series based on "Gangs of New York,"

“Chocolat” and “The English Patient,” all movies that were commercially and critically successful when they premiered more than 20 years ago. It’s also working on a show based on the more recent hit, “The Holdovers,” a boarding school drama that was an Oscar-winner when it opened in 2023. Glickman hopes that the film’s director Alexander Payne will be involved.

In other cases, Glickman is behaving counterintuitively by developing programming based on films that whiffed at the box offie. Despite their failure, Glickman believes they have regional appeal. That’s the situation with “The Shipping News,” a torpid 2001 drama about a journalist in Newfoundland, which could get a second life as a Canadian television series.



Harvey Weinstein at the 1999 Vanity Fair Oscar party with his first wife, Eve Chilton Weinstein

Miramax is still associated with Harvey Weinstein even though it's been 20 years since the mogul and his brother ran the studio. They departed Miramax in 2005 over a deteriorating relationship with Disney, its parent company. From there, corporate ownership of Miramax changed several times, with Disney selling it to an investment group known as Filmyard Holdings in 2010, which then auctioned it off to BeIN Media Group, a Qatari-based entertainment company. Viacom became a part owner in 2019. Miramax's corporate ownership could shift again, because Paramount Global, which Viacom was rebranded, is trying to get regulatory approval for its proposed merger with Skydance Media.

Glickman approaches the topic delicately. He starts by praising BeIN Media for its support and for encouraging Miramax to think of itself less as a domestic brand and more as a global player by connecting it with more international talent. As for Paramount Global, he says that Skydance Media, which has invested in franchises like "Mission: Impossible," recognizes the value of a well-stocked film library.

"There's a lot of opportunities if Skydance takes over, because they certainly see the world of IP the way that I see it," Glickman says. "It's sort of the foundation of their company. And I have great relationships there."

Regardless of who currently owns Miramax, it was Weinstein who turned the studio into an indie powerhouse. And many of the accusations of sexual assault and harassment by dozens of women date back to his time at the company. After Weinstein's fall in 2017, Miramax considered changing its name. It conducted surveys to see if consumers were put off by its association with the disgraced mogul, only to find that those viewers were able to distinguish between the company and its founder.

"I'm not clueless that there's history there," Glickman says. "But we don't face any day-to-day business conversations where it's a problem in terms of getting movies made or getting people to work with us. And the brand is still associated with those great movies that were made there. It represents a high quality of storytelling."

Glickman hopes that Miramax continues to embrace creative risk-taking, even though he wants those artistic gambles to be fiscally prudent. As focused as he is on revitalizing the films and franchises that Miramax produced back when it dominated the indie landscape, he seems more excited about telling new stories.

"You can't just remake a library; you have to replenish it as well," he says. "That means zigging while others are zagging. Doing that is what leads to the big hits."

VARIETY

Apr 22, 2025 12:58pm PT

‘Conclave’ Viewership Soars After Pope Francis’ Death, Up 283% to Nearly 7 Million Minutes Watched

By **Zack Sharf**



CONCLAVE, Ralph Fiennes, 2024. © Focus Features / Courtesy Everett Collection

The death of Pope Francis on April 21 resulted in an increase of people watching the 2024 film “Conclave” from home. The movie is available on various PVOD platforms and is currently streaming on Amazon Prime Video at no extra cost to subscribers. The drama film revolves around the selection of a new pontiff.

“Conclave,” starring Ralph Fiennes and Stanley Tucci, is helmed by director Edward Berger and was an award season contender earlier this year, earning an Oscar nomination for best picture, best actor and numerous other kudos and noms. Pope Francis died early Monday — the day after Easter — at age 88 after complications from a stroke.

Viewership of “Conclave” spiked 283% on Monday as word of Pope Francis’ passing spread throughout the world, according to Luminate, which tracks viewership of streaming content. “Conclave” generated about 1.8 million minutes viewed on April 20; by the end of April 21, that number had reached 6.9 million minutes viewed.

Another Vatican-themed film, Netflix’s 2019 drama “The Two Popes,” also generated renewed interest. Viewership spiked 417% from Sunday, when it generated 290,000 minutes watched, to Monday, when it reached 1.5 million minutes watched.

The cast of “Conclave” was frequently asked about Pope Francis’ health during Oscar season, as the Pope was hospitalized for kidney failure in late February. It was during this period the “Conclave” cast attended the SAG Awards, where star Isabella Rossellini said on stage: “First of all, we would like to wish Pope Francis a quick recovery.”

“Pope Francis, I wish him well,” she added to press backstage, as co-star Sergio Castellitto added: “For us that live in Rome, to live at a few meters, few yards from the Pope is to have a much closer relationship. We see the helicopter leaving his place: ‘Oh, is the Pope flying off today and coming back!’ So, our relationship as Italians to the Pope is much closer. I repeat, I really wish him well.”

In the aftermath of Pope Francis’ death, several big names in Hollywood shared emotional tributes to him on social media. Filmmaker Martin Scorsese released a statement calling the Pope’s death an “immense” loss for the world.

“He was, in every way, a remarkable human being,” Scorsese wrote. “He acknowledged his own failings. He radiated wisdom. He radiated goodness. He had an ironclad commitment to the good. He knew in his soul that ignorance was a terrible plague on humanity. So he never stopped learning. And he never stopped enlightening. And, he embraced, preached and practiced forgiveness. Universal and constant forgiveness.”

(Disclosure¿Variety.and.Luminate.share.a.common.owner.in.PMC¡)

Cine&TelePRO
60 años liderando la información desde España

CinemaCon 2025: La guerra de las ventanas y la tibieza de la taquilla global ante la incertidumbre de los estudios

22 abril, 2025Por **Álvar Carretero de la Fuente.**



Del 31 de marzo al 3 de abril de 2025, Las Vegas volvió a convertirse en el centro neurálgico de la exhibición cinematográfica mundial con la celebración de CinemaCon 2025 en el Caesars Palace. Por décimo año consecutivo —con la excepción de 2020 por la pandemia— Cineytele.com cubrió in situ el evento. Una década en la que hemos asistido a récords de taquilla, avances tecnológicos insólitos, la consolidación del formato digital, y no pocos vaivenes en la industria, donde la proyección en la gran pantalla será siempre lo más grande, pese a toda la competencia que nos rodea.

Este año, la convención llegó con un cambio de identidad: la antigua NATO (National Association of Theatre Owners) adoptó oficialmente el nombre Cinema United, con nuevo logo y un lema claro: “Moviegoing is our mission”. Con esa declaración de intenciones, los principales estudios —Disney, Warner

Bros., Universal, Paramount, Sony, Lionsgate, Amazon MGM, NEON y Angel Studios— reafirmaron su apuesta por el estreno en salas, presentando un calendario ambicioso para 2025 y 2026.

DÍA 1 – Lunes, 31 de marzo, Jornada internacional y Sony Pictures

El primer día arrancó con la presentación de El cautivo, dirigida por Alejandro Amenábar, que narra el cautiverio de Cervantes en Argel. Su estreno en España está previsto para el 17 de octubre de 2025, no se sabe la fecha del estreno en EEUU, pero me pareció un detalle empezar con uno de nuestros directores más internacionales.



El plato fuerte del lunes llegó con Sony Pictures, de la mano de su presidente Tom Rothman, que siempre ofrece una visión muy clara y vehemente de sus percepciones de la salud de las salas (todos recordamos presentaciones ultra asertivas y este año no fue para menos) ofreció una de las presentaciones más robustas del evento. El estudio de Culver City redobló su apuesta por franquicias consolidadas como Spider-Man: Brand New Day, con Tom Holland y Zendaya, dirigida por Destin Daniel Cretton y con fecha de estreno para el 31 de julio de 2026, o la esperada Spider-Man: Beyond the Spider-Verse, ahora confirmada para el 4 de junio de 2027. También se anunciaron nuevas entregas de 28 Years Later, con Danny Boyle dirigiendo la primera parte (estreno el 20 de junio de 2025) y Nia DaCosta a cargo de su continuación (16 de enero de 2026). Darren Aronofsky presentó Caught Stealing con Austin Butler, mientras que también se revelaron imágenes de nuevas adaptaciones como Resident Evil (Zach

Cregger), Klara and the Sun, (dirigida Taika Waititi con Jenna Ortega) o la esperadísima The Legend of Zelda, que dirigirá Wes Ball y llegará el 26 de marzo de 2027. También tuvieron hueco para Anaconda con un video mensaje de sus protagonistas: Paul Rudd y Jack Black. Entre otras producciones destacadas, Sony confirmó un nuevo Jumanji, un reboot de Starship Troopers con Neil Blomkamp, una comedia protagonizada por Nate Bargatze (The Breadwinner). Especial mención para Kogonda que nos presentó A Big Bold Beautiful Journey, que cuenta con la vuelta a la pantalla grande de Margot Robbie tras Barbie, y Colin Farrell. Película poderosa visualmente, con temática romántica. Tyree Dillihay presentó la película de animación GOAT, con mensaje de Steph Curry.

Gran presentación con número musical/artes marciales incluido de Karate Kid; Legends, para el que vinieron Ralph Macchio y Ben Wang. Nos enseñaron un trailer ampliado y una escena de lucha con Jackie Chan.

Cerraron con el proyecto más ambicioso de Sam Mendes: cuatro biopics simultáneos sobre cada uno de los Beatles, previstos para abril de 2028. Trajeron a los cuatro actores principales: Pail Mescal, Joseph Quinn, Barry Keoghan y Harris Dickinson. Rothman calificó el estreno simultáneo de las cuatro películas de "experiencia cinemática". Ese concepto promete.

DÍA 2: Martes 1 de abril: State of the Industry, Lionsgate y Warner Bros.

NEON comenzó el día con una presentación breve a cargo de Elissa Federoff, directora de distribución del estudio, destacó los logros de NEON en sus ocho años de vida, incluyendo cinco Palmas de Oro consecutivas en Cannes y dos premios Óscar a Mejor Película. Durante su intervención, vimos avances de dos próximos estrenos: The Life of Chuck, una adaptación de una historia de Stephen King protagonizada por Tom Hiddleston, con estreno previsto para el 6 de junio; y Together, un filme de terror corporal dirigido por Michael Shanks y protagonizado por Dave Franco y Alison Brie, programado para el verano. Federoff dió paso a la tradicional sesión State of the Industry.

Charles Rivkin, presidente de la Motion Picture Association (MPA), ofreció un análisis detallado del estado del sector, destacando que en 2024 la industria del cine generó más de 134.000 millones de dólares en Estados Unidos y empleó a más de 2,5 millones de personas. Nunca falla la MPA con su apoyo sin fisuras a la industria estadounidense.

Recalcó, como cada año, la necesidad de reforzar la producción nacional y combatir con decisión la piratería digital. A continuación, Michael O'Leary, presidente de Cinema United, propuso formalizar una ventana mínima de exclusividad de 45 días para los estrenos en salas antes de su llegada a plataforma. Las ventanas han sido el tema de conversación estrella este CinemaCon, en ellas se han centrado todas las dudas y ataques, ya que ¿por qué ir a las salas si en unas tres semanas ya está en SVOD?


LIONSGATE

Lionsgate, por su parte, sorprendió con un desfile de franquicias consolidadas y nuevas propuestas. Ana de Armas y Len Wiseman presentaron en persona Ballerina, el spin-off femenino de John Wick, con estreno el 6 de junio de 2025. También se confirmó la producción de John Wick: Chapter 5, con la presencia de Keanu Reeves, una precuela animada dirigida por Shannon Tindle (y con la voz de Keanu Reeves) y el spin-off Caine, centrado en el personaje de Donnie Yen. The Weeknd, Jenna Ortega y Barry Keoghan protagonizan Hurry Up Tomorrow, musical ambientado en un futuro distópico que verá la luz el 16 de mayo de 2025. Lionsgate también presentó nuevas entregas de Now You See Me y The Strangers, así como adaptaciones como The Long Walk de Stephen King, presentada por Mark Hamill, y la próxima entrega de The Hunger Games, de la que debutaron el nuevo logo animado, y que iniciará rodaje este verano con vistas a su estreno en noviembre de 2026. Nos mostraron un primer avance de The Housemaid, con la presencia de Paul Geig, Sydney Sweeney, Amanda Seyfried y Brandon Sklenar. También se proyectó el encantador tráiler de Power Ballad, una comedia romántica musical dirigida por John Carney y protagonizada por Paul Rudd y Nick Jonas. Además, el estudio recordó Good Fortune, la comedia escrita, dirigida y protagonizada por Aziz Ansari, con Seth Rogen y Keanu Reeves, que fue presentada en la edición pasada.

Y qué decir del mini concierto con que The Weeknd nos obsequió para cerrar la presentación.



Warner Bros

La sesión de Warner Bros, titulada como cada año THE BIG PICTURE, fue uno de los momentos más esperados de la jornada y venía cargado ya que se estaban preparando la premiere de A MINECRAFT MOVIE (y ha ido muy bien en taquilla, a la entrega de este reportaje llevaba 500 millones de dólares en la taquilla mundial, algo que le viene muy bien a Warner por la incertidumbre del primer trimestre del año). Se cerró la presentación volando de nuevo con Superman, dirigida por James Gunn y que presentó con elenco, incluyendo a David Corenswet (el nuevo Superman), Rachel Brosnahan (Lois Lane) y Nicholas Hoult (Lex Luthor), junto con los codirectores de DC Studios, el propio Gunn y Peter Safran. Pudimos ver un primer corte muy particular, con super perro.

Pero antes de Metrópolis fuimos a las carreras con F1, dirigida por Joseph Kosinski y protagonizada por Brad Pitt como un piloto retirado que entrena a una nueva promesa interpretada por Damson Idris. La película, rodada durante carreras reales, cuenta también con Javier Bardem y Kerry Condon, y llegará en verano de 2025, y producida por Jerry Bruckheimer, que también salió a presentar la película junto con Kosinski.

Leonardo DiCaprio con Regina Hall y Teyana Taylor presentaron la última película de Paul Thomas Anderson, su ambicioso proyecto One Battle After Another, adaptación libre de Vineland de Thomas Pynchon, con Sean Penn, Benicio del Toro además, muy esperado por los fans del director del Valle.

El terror también estuvo presente con Final Destination: Bloodlines (16 de mayo de 2025) y The Conjuring: Last Rites, que cerrará la saga de los Warren. Warner anunció además Weapons, thriller de Zach Cregger con Josh Brolin y Julia Garner; Sgt. Rock, cinta bélica dirigida por Luca Guadagnino; Wuthering Heights, con Margot Robbie y Jacob Elordi bajo la dirección de Emerald Fennell; y la adaptación de The Cat in the Hat , el famoso personaje de Dr. Seuss en acción real, con Bill Hader al frente (que nos vino a presentar) y estreno previsto para marzo de 2026. Vimos un reel sobre el "relanzamiento" de Warner Bros. Pictures Animation, con todo lo que planean traer, como Tom y Jerry, Los Picapiedra y más superhéroes de DC. También Maggie Gyllenhaal en este caso como directora y su protagonista, Jessie Buckley vinieron a presentarnos The Bride!. Una versión punk de la novia de Frankenstein, visualmente muy impactante y que cuenta con Penélope Cruz y Jake Gyllenhaal en su reparto. Mención también a Mortal Kombat II.

Miércoles 2 de abril: Universal, Focus Features y la esperada irrupción de Amazon MGM Studios

La tercera jornada arrancó con un desayuno a cargo de Angel Studios, que volvió a CinemaCon en el mismo formato que el año pasado, reafirmando su compromiso con contenidos "inspiracionales" y religiosos. Entre los títulos destacados figuró The King of Kings, su primera película animada, narrada por Kenneth Branagh y con Oscar Isaac como la voz de Jesús, estrenada el 11 de abril en EEUU, vimos imagenes Zero A.D., un drama bíblico sobre la matanza de

los inocentes, con Deva Cassel, Gael García Bernal y Jim Caviezel, dirigida por Alejandro Monteverde con estreno previsto para el 19 de diciembre. También se anunciaron The Last Rodeo, protagonizada por Neal McDonough; Sketch, una fantasía oscura con Tony Hale; Truth & Treason, sobre un joven que desafió al régimen nazi; y David, nueva cinta animada centrada en el rey bíblico.



Luego Universal nos invitó a un pase de la versión de acción real de Como entrenar a tu dragón y por la tarde seguimos con una de las presentaciones más celebradas del evento: la sesión conjunta de Universal Pictures y Focus Features, introducida por Donna Langley, presidenta de Universal, quien recordó que el estudio ha estrenado más películas que ningún otro desde el inicio de la pandemia. La presentación estuvo acompañada por la orquesta del estudio en vivo dirigida por Rickey Minor, que interpretó temas clásicos del repertorio de Universal, desde ET, Tiburón, imprimiendo al evento un aire único. Sin duda uno de los aciertos del año, que nos recordó a la ya histórica última presentación de 20th Century Fox en CinemaCon hace unos años.

Miércoles 2 de abril: Universal, Focus Features y la esperada irrupción de Amazon MGM Studios

Entre los platos fuertes estuvo Wicked: For Good, segunda parte de la adaptación del icónico musical de Broadway. El director Jon M. Chu subió al escenario junto a Cynthia Erivo y Ariana Grande para presentar un nuevo avance, (de nuevo no cantaron) en el que se vio por primera vez a Dorothy y su séquito, y a una Elphaba en pie de guerra. El filme se estrenará el 21 de

noviembre de 2025. Poco después, Gareth Edwards presentó Jurassic World: Rebirth, acompañado por Scarlett Johansson y Mahershala Ali, protagonistas de esta nueva entrega con tintes más oscuros y adultos que verá la luz el 2 de julio de 2025.

Universal también apostó por la nostalgia con su versión en acción real de Cómo entrenar a tu dragón, dirigida por Dean DeBlois y con estreno fijado para el 13 de junio de 2025. En el ámbito del terror, Jason Blum sorprendió al público disfrazado de oso animatrónico para anunciar Five Nights at Freddy's 2 (diciembre de 2025), mientras que M3GAN 2.0 ofreció una coreografía en directo y The Black Phone 2 prometió seguir explorando los miedos del más allá tras una primera versión espectacular.

También nos hablamos de Him, una película de deportes con un giro interesante (como no podía ser menos al ser producida por Jordan Peele), y Nobody 2 con un toque más humorístico que la original, pero también con mucha acción al cargo de Odenkirk.

Dreamworks animation también tuvo su momento con Margie Cohn celebrando los éxitos de Kung Fu Panda 4 y The Wild Robot y presentándonos Gabby´s Dollhouse The Movie, basada en la serie de superéxito, que cuenta con Kristen Wiig como villana y Gloria Stefan como la abuela de la protagonista. Awkwafina y Craig Robinson nos presentaron The Bad Guys 2.



Como entrenar a tu dragón

Focus Features, fiel a su línea de autor y de la mano del incombustible Peter Kujawski nos trajo proyectos como Bugonia de Yorgos Lanthimos, The Phoenician Scheme de Wes Anderson, y Downton Abbey: The Grand Finale, que cerrará la saga el 12 de septiembre de 2025. Y comentó de pasada la vuelta a la pantalla grande de Daniel Day Lewis con Anemone. Una propuesta que reafirma el equilibrio de Universal y Focus entre grandes franquicias y cine de autor, o la taquilla de especialidad que dicen por aquí (specialty box office) .

La noche trajo uno de los debuts más esperados: la primera presentación de Amazon MGM Studios en CinemaCon, encabezada por Mike Hopkins, Courtenay Valenti y Sue Kroll. Una hora muy inusual y tardía, incluso para Las Vegas. Buena presentación que prometió cuidar la experiencia cinematográfica y proveer un mínimo de 15 estrenos para 2027, diciendo que ya cuentan con 14 para 2026. La sesión arrancó con Project Hail Mary, adaptación de la novela de Andy Weir, dirigida por Phil Lord y Christopher Miller, con Ryan Gosling como astronauta solitario que despierta a bordo de una nave con la misión de salvar a la humanidad. Gosling presentó personalmente un avance que combinaba épica espacial con emociones muy del siglo XXI.

La siguiente gran apuesta fue Masters of the Universe, dirigida por Travis Knight, con Nicholas Galitzine y Camila Mendes como He-Man y Teela. Vimos un poco del making of y promete. No puedo ser parcial con esta película. El adelanto mostró batallas espectaculares y un Eternia visualmente deslumbrante. A continuación, vimos el thriller After the Hunt, de Luca Guadagnino, protagonizado por Julia Roberts y Andrew Garfield, ambientado en una prestigiosa universidad bajo el peso de un escándalo, Julia no nos acompañó, pero sí Luca, Andrew y, su otra protagonista, Ayo Edebiri.

Amazon también presentó títulos como Mercy, con Chris Pratt y Rebecca Ferguson, un thriller sobre vigilancia digital (y una de las presentaciones más originales al traerse la silla de la película, a la que Pratt está atado casi toda la película y la presentación); Crime 101, con Chris Hemsworth y Halle Berry, y Three Bags Full, comedia familiar con Hugh Jackman como un inusual detective. Entre otros títulos destacados se anunciaron «Is God Is, con Vivica A. Fox y Janelle Monáe, y Verity, adaptación del bestseller de Colleen Hoover con Dakota Johnson y Anne Hathaway. Para cerrar, el estudio confirmó que un nuevo capítulo de James Bond ya se encuentra en desarrollo en Londres y nos pusieron metraje de The Accountant 2 para el que Ben Affleck, Jon Bernthal, Daniella Pineda y Cynthia Addai-Robinson con su director, Gavin O-Connor nos vinieron a amenizar la noche. Todo acabo con una "foto de familia" con el poderoso grupo de actores y directores que vinieron al evento.

Jueves 3 de abril: Paramount, Disney y los Big Screen Achievement Awards

El último día comenzó con la presentación de Paramount Pictures, conducida por Chris Aronson (como siempre con humor, esta vez como Ethan supuestamente haciendo unas cabriolas en moto) y Brian Robbins.



La aparición sorpresa de Tom Cruise marcó uno de los momentos más emotivos del evento: el actor rindió homenaje a Val Kilmer antes de presentar un nuevo tráiler de Mission: Impossible – The Final Reckoning, prometiendo una despedida épica para Ethan Hunt. El filme se estrenará el 23 de mayo de 2025. También aprovecho para dar uno de los premios de la semana a su director Steve McQuarrie en un homenaje a su trayectoria.

Paramount también presentó el remake de la gloriosa The Running Man, dirigida por Edgar Wright y protagonizada por Glen Powell, Colman Domingo y Josh Brolin (todos presentes en el Caesars), ambientada en un futuro distópico. Le siguió Roofman, basada en la historia real de un ladrón excéntrico, protagonizada por Channing Tatum. Y lanzaron el trailer de The Naked Gun, con Liam Neeson, Pamela Anderson y Paul Walter Hauser, llegará el 1 de agosto de 2025. Va a costar mucho entrar en lo que fue Leslie Nielsen, pero el trailer no pintaba mal.

El estudio apostó fuerte por la animación con Smurfs, con Rihanna como Pitufina; The SpongeBob Movie: Search for SquarePants, con Mark Hamill como el villano Flying Dutchman; y The Legend of Aang: The Last Airbender. También se confirmaron Scream 7 y Teenage Mutant Ninja Turtles: Mutant Mayhem 2, apuntalando una oferta que mezcla nostalgia y nuevos mundos. También Paw Patrol: The Dino Movie y The Legend of Aang: The Last Airbender que ambas tuvieron una efusiva recepción.

Regretting You fue presentada con un videomensaje por el elenco principal: Allison Williams, Dave Franco, Scott Eastwood, Willa Fitzerald y Mckenna Grace.

La presentación acabo dando paso a una comida con una charla con el talento presente de The Running Man.

Walt Disney Studios cerró CinemaCon 2025 con una presentación de gran escala, liderada por Alan Bergman y Andrew Cripps. El estudio mostró avances de títulos clave como Lilo & Stitch, Zootopia 2, Thunderbolts, The Fantastic Four: First Steps, Tron: Ares, Predator: Badlands y Avatar: Fire and Ash. El evento comenzó con un montaje de imágenes que celebraba el poder icónico de sus franquicias.

Entre los momentos más destacados, Thunderbolts mostró una secuencia de acción grupal con Florence Pugh, David Harbour y Sebastian Stan. Fantastic Four, dirigida por Matt Shakman, reveló una estética retro-futurista con la introducción de Franklin Richards y Silver Surfer. Zootopia 2, dirigida por Jared Bush y Byron Howard, llegará el 26 de noviembre de 2025, mientras que Elio, de Pixar, se estrenará el 13 de junio. Jared Leto y Jeff Bridges protagonizan Tron: Ares, que nos la presentaron precedida de unos láseres y humo en la sala que nos ayudaron a ponernos en situación. También nos hablaron de Predator: Badlands, con Elle Fanning, que explorará nuevos territorios para la saga, bajo la premisa de ¿qué pasaría si el depredador fuera el bueno de la película?.

Disney también mostró material de Freakier Friday, secuela con Jamie Lee Curtis y Lindsay Lohan, y la nueva entrega de Avatar, dirigida por James Cameron, que introducirá a las tribus de los Ash People y Wind Traders, con estreno fijado para el 19 de diciembre de 2025. También hibo tiempo para The Amateur, la biopic de Bruce Springsteen Deliver Me From Nowhere, con Jeremy Allen White y Jeremy Strong que nos vinieron a presentarla. Y la última de James . Brrok, Ella McCay con Jaime Lee Curtis y Emma Mackey que también nos contaron en vivo su experiencia con la película.

Por el lado de animación, pudimos ver lo último de Disney Animation, Elio, con la recién oscarizada Zoe Saldaña con un niño latino como protagonista, que pudimos ver en 3D, y Zootopia 2 para la que nos vino Ken Huy Quan presentando su nuevo personaja, Gary, una serpiente.

Cerraron con un videomensaje de James Cameron, que volvió a sacar al escenario a Zoe para hablar de Avatar: Fire and Ash que nos enseñó en 3D sus impactantes imágenes de las nuevas tribus.

Y por último, la ya tradicional, ceremonia de clausura incluyó los Big Screen Achievement Awards, organizados por Coca-Cola y presentados por Kevin Frazier. Glen Powell fue nombrado Estrella del Año, Ana de Armas recibió el galardón como Estrella de Acción —siendo la primera mujer en lograrlo— y Channing Tatum fue homenajeado por una década de éxitos. Lindsay Lohan, Mark Hamill, James L. Brooks, y el dúo Cheech & Chong también fueron distinguidos, así como nuevas promesas como David Jonsson, Madeleine McGraw y Ben Wang.

Avances tecnológicos en el Trade Show de Cinemacon: Samsung

Además de los estudios pudimos ver nuevos avances tecnológicos presentados en CinemaCon 2025. Destacar a Samsung con su nueva pantalla LED Onyx y lo nuevo de Dolby Vision con Christie. Vamos allá:

Samsung reveló su nueva pantalla LED Onyx (modelo ICD), destacando por su calidad de imagen sin precedentes, fiabilidad líder en la industria y escalabilidad ampliada para adaptarse a las necesidades cambiantes de los cines en todo el mundo. Esta tecnología ofrece niveles de negro verdaderos, una relación de contraste infinita y una precisión de color excepcional, como se demostró en la proyección de la película Elio de Pixar. La pantalla Onyx está disponible en cuatro tamaños estándar: 5 metros (16 pies), 10 metros (33 pies), 14 metros (46 pies) y 20 metros (66 pies), con opciones de escalado adicionales para adaptarse a diversas dimensiones de salas. Además, es compatible con tasas de fotogramas de hasta 4K 120Hz y alcanza niveles de brillo de hasta 300 nits (87,6 fL), seis veces más brillante que los estándares de cine convencionales. Samsung también anunció que el complejo LVL 11 Entertainment en Mesa, Arizona, será el primero en EE. UU. en instalar la nueva generación de pantallas Onyx.

Barco celebró «la era de la proyección láser» mostrando su galardonada cartera de soluciones, demostrando que hay una solución láser de Barco para cada pantalla. Además, anunció un acuerdo de cinco años con CJ 4DPLEX para desplegar hasta 1.000 proyectores láser de Barco para expandir la experiencia cinematográfica premium SCREENX a nivel mundial.



Christie presentó su tecnología Variable Dynamic Range (VDR), que proporciona imágenes vívidas en pantalla, mejora la eficiencia energética y reduce el costo total de propiedad. Además, mostró una cartera de soluciones de proyección adaptadas a una amplia gama de requisitos cinematográficos, desde pantallas boutique hasta formatos premium de gran tamaño.

Dolby presentó un nuevo proyector láser Dolby Vision desarrollado en colaboración con Christie. Este dispositivo compacto y eficiente ofrece un brillo de entre 30,000 y 35,000 lúmenes utilizando la misma lente estándar que anteriormente alcanzaba 17,000 lúmenes. Además, cumple con el estándar Wide Color Gamut 1.0 de Dolby, proporcionando una gama de colores que abarca el 112% del espacio DCI-P3, lo que resulta en imágenes más brillantes y colores más vivos.

En cuanto a la expansión de Dolby Cinema, AMC y Dolby anunciaron la incorporación de 40 nuevas salas en Estados Unidos para finales de 2027, lo que representa un aumento de casi el 25% en la presencia de Dolby Cinema en el país. Estas salas ofrecerán experiencias cinematográficas premium con proyección láser Dolby Vision y sonido envolvente Dolby Atmos

Sharp/NEC mostró sus últimas soluciones de cine digital, destacando su compromiso con la innovación sostenible y la mejora de la experiencia cinematográfica. Entre los modelos presentados de la serie NC destacar el NC603L: proyector láser azul de 6.000 lúmenes, ideal para pantallas de hasta 11 metros. NC1503L: proyector láser RB de 14.000 lúmenes, adecuado para pantallas de hasta 17 metros. NC2003ML: proyector láser RB modular de 20.000 lúmenes, diseñado para pantallas de hasta 22 metros. NC2043ML: proyector láser RB modular de 20.000 lúmenes y resolución 4K, para pantallas de hasta 22 metros. NC2403ML: proyector láser RB modular de 24.000 lúmenes, adecuado para pantallas de hasta 24 metros., NC2443ML: proyector láser RB modular de 24.000 lúmenes y resolución 4K, para pantallas de hasta 24 metros. Y por último el NC3541L: proyector láser RB de 35.000 lúmenes y resolución 4K, diseñado para pantallas de hasta 35 metros.

En resumen:

A pesar de los anuncios alentadores por parte de los estudios y las innovaciones tecnológicas presentadas, CinemaCon 2025 dejó claro que no era tiempo para triunfalismos. Fue, más bien, una edición marcada por la necesidad de unidad y de hacer frente común ante el momento delicado que atraviesa la exhibición cinematográfica. No es para menos: desde 2019, Estados Unidos ha perdido un tercio de sus pantallas y el público aún no ha regresado a las salas con la fuerza de los tiempos pre pandemia. No hubo cifras récord ni grandes celebraciones. Tampoco quedan ya excusas: la pandemia es cosa del pasado y hay que volver a llenar las salas. Se recalcaron cosas buenas: jamás ha habido tanta colaboración y se comparte información como nunca entre las distribuidoras y los exhibidores.

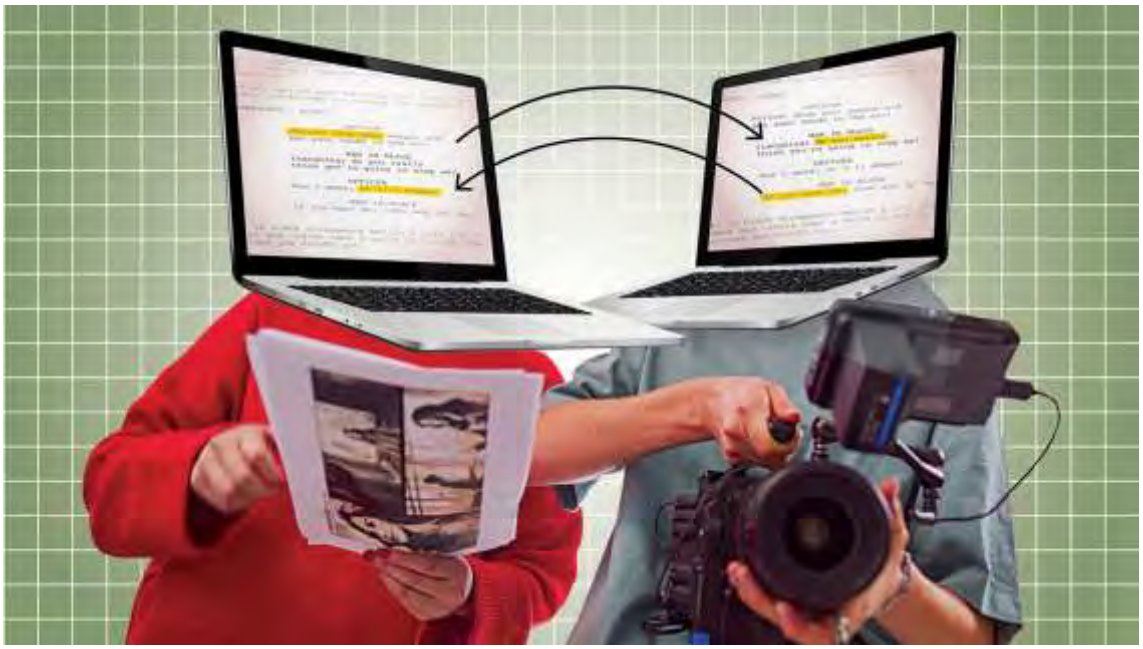
Dijeron que se esperaba que finalmente dejemos atrás el usar 2019 como año de referencia y lo sea 2025. Espera un año muy interesante para el box office global y CinemaCon seguirá siendo el faro y punto de encuentro entre todos los amamos el cine en grande. ¡Nos vemos en 2026 en Las Vegas!

The Hollywood Reporter

Finally Some Good News: Hollywood's New Environmental Tools Are Working

A slew of innovations are going to make the industry more efficient and less wasteful.

By Allison Begalman April 22, 2025



THR Illustration/Adobe Stock

Hollywood has always been synonymous with excess, and not just with its parties at Chateau Marmont.

I'm talking about environmental excess. You know the kind. Paper scripts piled high. Sets gobbling up energy by the kilowatt. Executives hopping private flights around the world with barely a second thought.

But in my position as a founder of the Hollywood Climate Summit, I'm starting to see signs of a quiet revolution. Not from the top of the heap (does it ever start there?) but from everyday Hollywood workers who engage with the technologies that get a movie or TV show to our screens.

These changes have the potential, one small step at a time, to influence not only how the entertainment industry does business but the toll that the business takes on the planet.

Here are just a few (of many) examples:

Final Draft and Yamdu Get Integrated

The industry's beloved scriptwriting software has combined with Yamdu, a collaboration-minded production hub. The result is a system that allows a script and its many revisions to be in the cloud with "almost all aspects of preproduction and production," as Yamdu CEO Florian Reimann explains. That means a lot less opportunity for errors that can prolong physical production — and a big cut in the carbon footprint associated with delays.

Adobe Acquires Frame.io.

When the tech giant bought the cloud-based editing firm a few years ago, it meant big changes. Frame.io's tools could now be embedded within Adobe's Creative Cloud suite. That allows global teams to collaborate instantly, eliminating the environmental impact of transporting physical media and unnecessary travel. Just five years ago, an editor in Los Angeles might cut footage, export a heavy file to a hard drive, then ship it overnight to a director in New York. The director would watch it, record notes and either ship back comments or hop on a cross-country flight for in-person feedback sessions. Now with cloud-based systems like Frame.io integrated directly into editing software, that same editor can share their timeline with a single click. The director can watch in real time and add instantaneous comments, eliminating not just the carbon footprint of shipping and travel, but the energy consumption of continuously rendering and transferring massive files.

The Emmy-Winning Scriptation App Gains Steam

The program allows users to digitally transfer script notes between drafts — a critical feature that reduces paper waste. When a script gets revised, Scriptation (which won an Emmy engineering award) automatically moves all the notes to the new version, eliminating the need to print and re-mark up dozens or even hundreds of pages. And when combined with the production scheduling app Cinapse, it allows for shot-planning without a whole lot of extra data entry, making the process faster and more efficient. All good reasons why actor and director Rob Morrow invested in Scriptation.

Canva and ShotDeck Now Can Work Together

Say you're trying to explain the atmospheric lighting for a scene. Instead of struggling through vague descriptions, you can quickly pull an image from, for instance, Portrait of a Lady on Fire from ShotDeck that shows that exact candlelit glow and drop it into your Canva presentation. This visual shorthand cuts down on miscommunication, reduces the need for multiple meetings and ultimately saves both time and resources.

EarthAngel and TheGreenShot Merge

Last year, EarthAngel, which "greens" productions for Hollywood, merged with the European sustainability-management company TheGreenShot, which deploys environmentally minded tech for use on sets and beyond. The enlarged company provides productions with a kind of one-stop shop to make everything cleaner on set, avoiding all that waste and CO2 tonnage. Emellie O'Brien, Earth Angel's founder, notes that "our partnership with TheGreenShot marks a crucial shift — turning once-invisible sustainability data into tangible insights that cut carbon and costs" and giving the industry the sustainability app it's been craving.

All of these changes, while seemingly small in the cosmic scheme, can make a real dent in our environmental challenges. Scriptation says its users prevented over 42 million sheets of paper from being printed — that translates to some 3.7 million pounds of CO_2 emissions avoided and nearly 4.5 million gallons of water conserved, according to the formula of the Environmental Paper Network.

And the Earth Angel-GreenShot union has led to a drastic reduction in time spent aggregating data for sustainability reporting, executives say. "We found that the amount of time spent on carbon data wrangling and reporting dropped by a staggering 80 percent," says TheGreenShot CEO Max Hermans.

Despite the easy availability of these innovations, the industry still faces pockets of resistance. The pressure of tight schedules can make crews reluctant to experiment with new approaches. Some veteran crewmembers worry about these digital tools diminishing the hands-on craft they've spent decades mastering. And others fear the learning curve will slow them down during critical production phases or that relying too heavily on technology creates single points of failure. Like, what if the app crashes?

Yet as tech-savvy professionals from diverse backgrounds populate more production teams, these barriers are steadily eroding. A new mindset is taking hold. Combined with technology companies strengthening their security features, the momentum for these eco-friendly digital tools continues to build.

What's really exciting is that these advancements aren't just beneficial for the environment — they're democratizing filmmaking itself. Since many of these tools make production less expensive, filmmaking can become more affordable and accessible to emerging filmmakers worldwide. A cloud-based workflow means a documentarian in Bristol can collaborate with an editor in Bangkok without expensive travel. And subscription-based software eliminates massive upfront hardware investments.

While many of these advancements can seem modest on their own, when combined I believe they form nothing short of a revolution. The stories we have long loved are getting told in new ways. That's good for people and the planet.

The Industry Exodus Isn't Just Bad for L.A. — It's Hurting the Environment, Too

With Hollywood projects now often shooting outside of California, above-the-line talent are flying between their sets and SoCal homes on weekends and increasing their carbon footprints as a result.

By Kirsten Chuba April 22, 2025 6:00am



Glenn Harvey

As Hollywood productions have relocated to Atlanta, London, Canada and other parts of the world due to favorable tax incentives, the environment also pays a price. Because although actors, directors and producers are traveling to these areas to film, they are not moving — instead frequently flying back to their homes in Los Angeles on weekends and days off and, as a result, increasing their carbon footprints.

Take Wendie Malick, who lives in Topanga Canyon and is currently shooting both Night Court and the third season of Shrinking on the Warner Bros. lot, while also filming a new Hallmark series in Vancouver for the next three months. "I'm going to be coming back probably every few weeks is my guess, both to honor my commitment to the other shows and also because my heart hurts when I'm gone for too long," the actress and environmental activist says. "For those of us who have

families and animals and kids who need to be able to come back and forth, there's a lot of extra footprint going on here that I'm really sorry that I'm part of."

Flying already has long been a part of Hollywood's environmental impact, with the Sustainable Entertainment Alliance reporting in 2021 that 24 percent of average total carbon emissions from a tentpole film came from air travel — and that just accounts for the production's travel, not the personal back-and-forth of talent on off days.

According to sustainability agency Earth Angel, if a production were to relocate from L.A. to Vancouver, for example, for a 20-week TV shoot with five people traveling business class each weekend and being put up in upscale accommodations, that would amount to 87.4 metric tons of CO2 for air travel and 16.5 metric tons for accommodations, for a total of 103.9 metric tons of added CO2 emissions. For comparison, according to the Center for Science Education, the average person produces about 16 tons of carbon dioxide each year in the U.S.

The agency also reports that in 2024, average air miles flown for L.A. longform productions were about 126,367 miles, versus a 2024 high-budget feature that opted for a different shooting location coming in at 1,364,775 miles.

While studios and streamers are saving big on moving their productions outside of L.A., Malick says she thinks the "environmental impact is not at the top of the list" when these decisions are being made: "I imagine it gets to the bottom line like so many things in this country; it's all about, how do you squeeze the most out of this stuff and make the biggest profit for your shareholders?"

For those who do have to shoot away from home, there also are not many sustainable travel alternatives. Environmental icon Ed Begley Jr., who has had an electric car since 1970, says he used to drive to Albuquerque, New Mexico, to shoot Better Call Saul, but even he recognizes it's often not possible to carve out enough time for a road trip.

"It's a lot to go back and forth because people want to be with their families on Thanksgiving, they want to be with their families on weekends if they've got a long weekend or even a short weekend off. That's something I try to avoid at all costs, but once in a while I've got to do it," Begley says of flying. He adds that in deciding where to shoot a project, the air travel element "must be considered because you're using a lot of CO2 to make that trek."

There also are additional factors to leaving the green infrastructure of California, says Sustainable Entertainment Alliance executive director Sam Read, including how available electric cars and clean alternatives to diesel generators are to rent in these different locations. He also notes the possible issue of "having a workforce that is trained up and skilled on how to use them and how to approach using a battery system, as opposed to a diesel generator, and what that means for your production," as these new technologies are introduced.

As a result, environmental activists in the entertainment community are joining in on the call to bring film and TV production back to Southern California, something Gov. Gavin Newsom has been making a push for with more generous tax incentive programs to appeal to Hollywood.

“I want to say thank you to Gavin Newsom for what he’s doing — he’s putting a lot of money into keeping businesses here,” Begley says. “I’ve got to say thank you, and may I please have some more?” Environmental Media Association CEO Debbie Levin echoes that while the recent incentives have been helpful, “it’s not nearly enough to keep production here, and maybe the answer is to really legitimately put in an incentive for sustainability.”

After Hollywood was the center of production for so many for so long, “now all of a sudden in order to see their families, who moved here originally because of the entertainment industry, they have to fly somewhere else, which means they have to fly back and forth,” Levin adds. “It’s an environmental, economic and emotional issue.”

VARIETY

APRIL 23, 2025 6:00AM PT

WHAT AN AI WAR ON COPYRIGHT LAW COULD MEAN FOR CONTENT CREATORS

By Audrey Schomer



Illustration: VIP+: Adobe Stock

IN THIS ARTICLE

Jack Dorsey's post on X/Twitter to "delete all IP law" exposed a rift in perspectives on IP ownership in the age of generative AI

IP law would be hard to eliminate, but governments may weaken copyright protections to favor AI training on copyrighted works

Training on scraped copyrighted works without a license already hurts economic incentives to create and share original works

Earlier this month, Block CEO Jack Dorsey provoked a torrent of debate after posting "delete all IP law" on Twitter/X, to which Elon Musk responded, "I agree." The controversy exposed a rift in perspectives toward IP ownership between AI proponents and creators.

Dorsey rejected one user's argument that IP law is what shields the works and inventions of creators and smaller innovators from ruthless reproduction by incumbents, writing, "times have changed. one person can build more faster. speed and execution matter more."

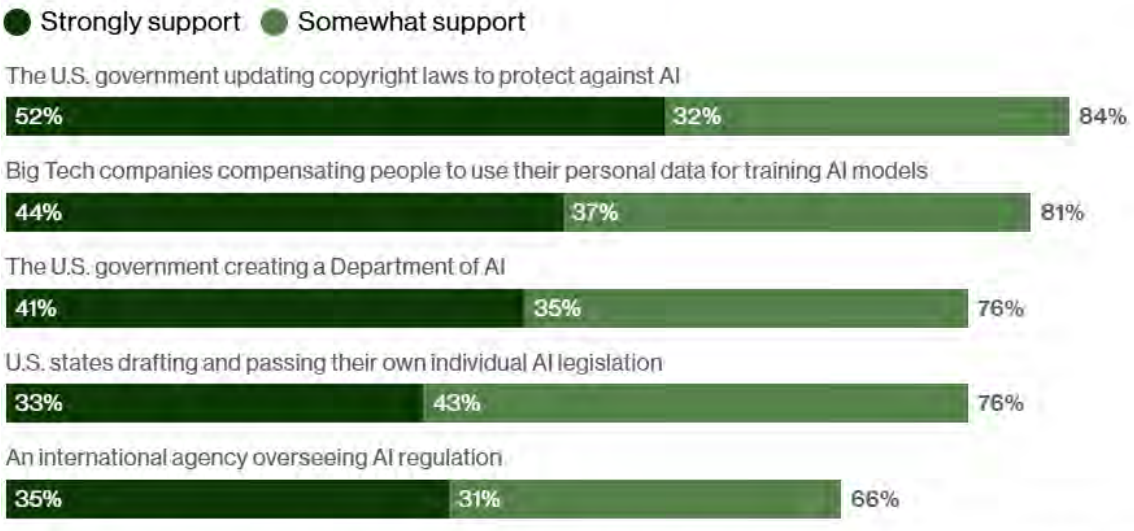
Such arguments sound ludicrous applied anywhere but open-source tech communities, which typically reject individual ownership in favor of unrestricted development by participants building off each other's work. In such an open environment, IP protections and licenses that apply to the work of others are encountered as constraints on the breakneck pace of AI-driven development.

Incentives driving open-source AI are anathema to value creation in media and entertainment, not to mention other industries that depend on the market exclusivity provided by the ability to own and protect IP. Though some have tried to imagine Web3 scenarios for collaborative creativity, media does not thrive on open free-for-alls.

In media, serious advances in creative originality are not achieved by allowing everyone to "ruthlessly iterate" or "instantaneously remix" each other's work, as one user suggested. Without copyright protection over a creative work, anyone could take, copy, manipulate and redistribute it without consent, credit or compensation, a particular risk in the digital platform and generative AI era most recently and publicly exemplified by Studio Ghibli works being raked into AI models and used to power millions of user-generated style copies.

U.S. Business Leader Support for AI Legislation

Survey Q: How much do you support or oppose the following ideas related to artificial intelligence (AI)?

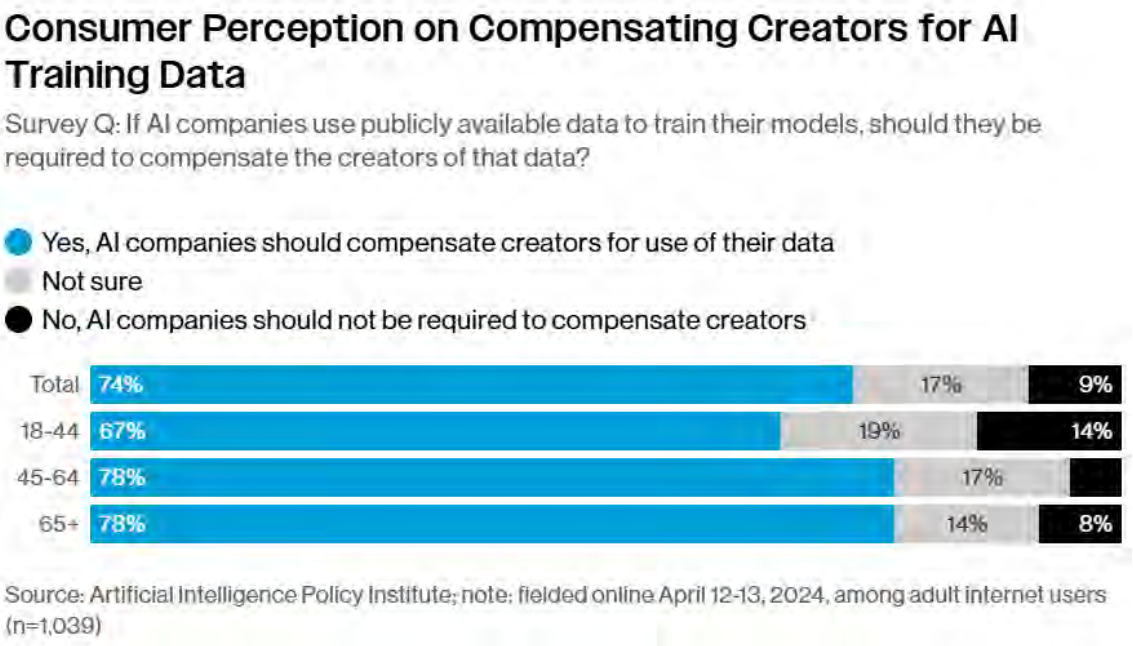


Source: Collibra/The Harris Poll; note: fielded online July 9-12, 2024, among U.S. adults 21+ employed full-time as data management, privacy and/or AI decision makers (director level or higher) at their current companies (n=307), working in the following industries: IT (29%), retail (12%), finance (11%), healthcare (8%), manufacturing (6%), other (35%)

To be clear, eliminating all IP law would produce broad economic fallout. Virtually every industry, including tech, in some way depends on the ability to maintain IP defensively through copyrights, patents or trademarks. In the U.S., it would also be legally challenging to achieve. IP protection is embedded in the Constitution, which empowers Congress to establish IP laws, and would require a constitutional amendment to repeal.

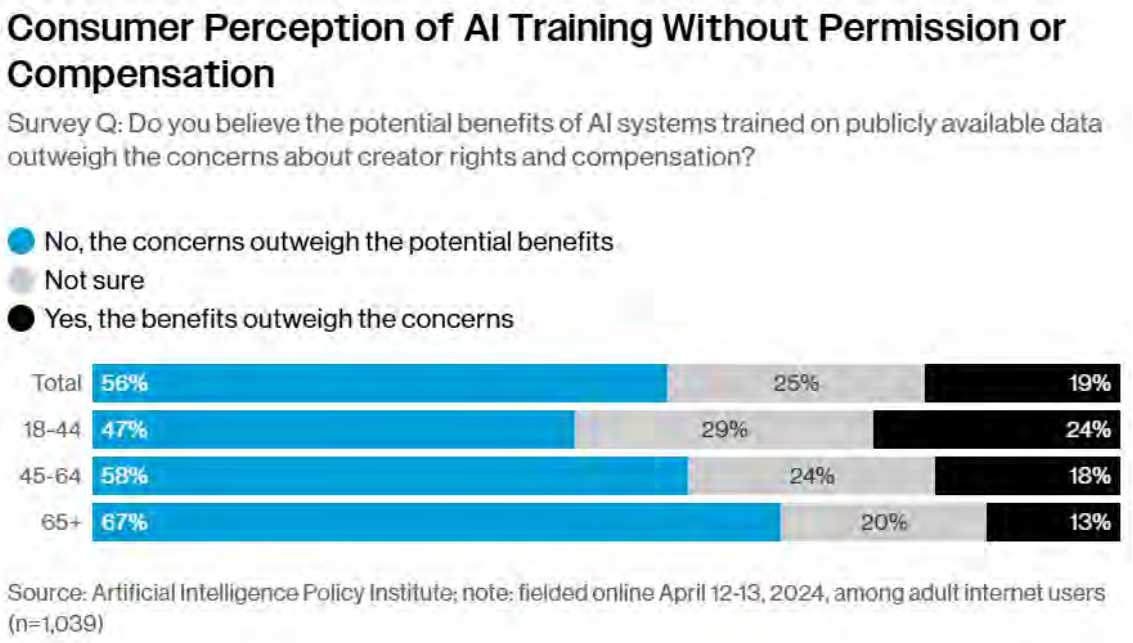
But there is a genuine emerging risk of governments weakening copyright protections to accommodate AI training on copyrighted works, as leaders and legislators try to balance IP laws that will encourage technology development and protect rights. This would more squarely cause economic fallout for content creators, artists, authors and media companies.

"These more extreme statements about eliminating IP protection altogether seem to be part of an effort with a more immediate goal of weakening IP protections in order to give AI companies more of a pathway to use massive amounts of content that's been created by others without having to pay for it," said Lance Koonce, IP litigation partner at Klaris Law.



Amid lawsuits alleging infringement, AI companies have claimed fair use and lobbied legislators to allow them to use copyrighted content without requiring a license. In February, OpenAI's and Google's respective comments to the Trump administration's AI Action Plan requested legislative action to categorically permit the use of copyrighted work for AI training under fair use, lest the U.S. fall behind China in the "AI race" by being burdened by the cost and time-consuming complication of licensing.

Even so, it's Congress — not the executive branch — that has the power to change copyright law. Congress would either need to change copyright law, such as by amending the fair use doctrine, or pass new legislation that grants the right to train AI on scraped data without licensing.



Court decisions can set precedents, but no individual decision to a lawsuit would give AI training a "categorical pass," one lawyer told VIP+. Courts evaluating whether the use of copyrighted works by an AI company is fair use will do so by judging the facts of the case against the four factors used to determine fair use.

But if AI companies succeed in convincing governments to permit AI training on copyrighted work, they don't need to eliminate all IP laws to harm creators. AI training on scraped works without consent or compensation and enabling similar derivative outputs already diminishes the economic incentive for creators to produce and distribute original works into the market.

Dorsey and Open AI CEO Sam Altman have each called for new economic or monetization models for creators in the age of AI — but neither actually proposes alternative incentive structures that would reliably encourage people or publishers to bring original creative works to the public and get economic value from them as well as IP laws have.

"You are effectively talking about a collapse of incentives for people to bring creative works to the public, so you would have to create different incentive structures that work, if that's even possible" said Klaris Law's Koonce. "So, what's the incentive that takes the place of copyright protection that would encourage people to create content – even the content that can be used to train AI? What is the alternative, unless we just don't care if people create original content anymore?".

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 44
AVE: 16776 €
ÁREA: 90 CM² - 29%

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

24 Abril, 2025



Una serie documental repasa el surgimiento de la figura del sumo pontífice y aborda la historia del polémico y corrupto Benedicto IX

El cónclave y la fumata blanca, un invento para evitar la compraventa del cargo papal

HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ
Madrid

Con la muerte del papa Francisco, las plataformas de contenido a la carta han colocado en primer plano los formatos de sus catálogos relacionados con esta figura. Movistar+ lo ha hecho con la serie documental *Habemus Papam: Una historia de poder.* Compuesta de seis episodios, repasa el origen del cargo.

En el segundo capítulo, aborda la controvertida renuncia voluntaria de Benedicto XVI, que en 2013 dejó el cargo, y la conecta con otra historia más polémica, la de Benedicto IX, que dio pie a que se crearan rituales ahora icónicos, como el cónclave y la fumata blanca, que sirven para elegir a cada nuevo papa. Benedicto IX ocupó el cargo en cuatro ocasiones durante el siglo XI. Sobrino de varios papas, era miembro de la familia más poderosa de Roma, que compró el puesto para él. Benedicto IX llegó al cargo en 1032, siendo prácticamente un adolescente. "En ese momento, el papado era el centro jurídico del mundo occidental", explica James M. Weiss, profesor de Teología de la Universidad de Boston y sacerdote episcopal, a cámara.

Su corrupto mandato le llevó a participar en crímenes de todo tipo y a dañar la imagen de la Iglesia de tal modo que los cardenales católicos decidieron que debía renunciar a su puesto. Para convencerlo, le ofrecieron una generosa suma de dinero, que algunos historiadores cifran en 1.500 libras de oro. Su sucesor, Silvestre III, apenas duró seis meses en el puesto. Benedicto IX recurrió a un poderoso ejército reclutado por su influyente familia para echarlo por la fuerza y regresar al poder. Pero a los pocos días, decidió abandonar el cargo para casarse con su prima y eligió a su padrino como su sucesor: Gregorio VI. La boda no se celebró y, una vez más, Benedicto IX recuperó el puesto.

Tal y como recuerda Susan Wise Bauer, escritora formada en teología y arte y autora del libro *Historia de la Edad Media,* esta decisión colocó a la Iglesia con tres candidatos que aseguraban ser el sucesor de San Pedro, un conflicto que, de nuevo, se solventó por la vía militar y que, de nuevo, ganó Benedicto IX con el apoyo de su poderosa familia. En ese momento, los cardenales decidieron crear un proceso claro para elegir al pontífice de ahí en adelante.

Fue el primer paso para lo que hoy se conoce como el cónclave y la fumata blanca. En esos años, hubo varios intentos de proceso electoral que terminaron siendo igualmente amañados hasta que en el siglo XIII el papa Gregorio X tomó una decisión. Ordenó crear una reunión entre los cardenales que se celebrase a puerta cerrada, bajo llave, sin que los votantes pudieran tener contacto con el exterior. El nombre de la asamblea proviene del latín *cum-clavis* (con-llave): cónclave.



Un momento de *Habemus Papam: Una historia de poder.*

La deliberación comienza con la presentación de los candidatos. Para que uno salga elegido, necesita el apoyo de dos tercios de los votantes. Si ninguno lo consigue, se queman las papeletas. En el pasado, se mezclaban con paja húmeda para crear una fumata negra que indica que no se ha llegado a un consenso. Cuando un candidato logra los apoyos, los papeles se queman solos, por lo que el humo sale blanco, la fumata blanca que anuncia la proclamación de un nuevo pontífice. En la actualidad, se emplean productos químicos para colorear el humo.

EL PAÍS

SERIES TELEVISIÓN

El Papa corrupto que vendió su cargo por dinero y obligó a la Iglesia católica a crear el cónclave y la fumata blanca

La muerte del papa Francisco ha colocado la serie documental 'Habemus Papam: Una historia de poder' de nuevo en la primera línea del catálogo de Movistar Plus+. Uno de sus capítulos aborda la figura del polémico Benedicto IX



La fumata blanca en la chimenea de la Capilla Sixtina que anunció la llegada de un nuevo papa, Francisco, el 13 de marzo de 2013.

Héctor Llanos Martínez Madrid - 24 ABR 2025 - 05:15 CEST

Con la muerte este lunes del papa Francisco a los 88 años, las plataformas de contenido a la carta han colocado en primer plano los contenidos de sus respectivos catálogos relacionados con la figura histórica del Papa. Uno de los que han resucitado es la serie documental Habemus Papam: Una historia de poder, disponible en Movistar Plus+. Compuesta de seis episodios y narrada en su versión original por el actor Liam Neeson, esta no ficción de 2018 producida por la cadena CNN repasa el origen del que se considera uno de los cargos más influyentes de la historia de la humanidad. Y analiza cómo 12 apóstoles se convirtieron en 1.200 millones de católicos.

En su segundo episodio, Habemus Papam: Una historia de poder aborda la controvertida renuncia voluntaria de Benedicto XVI. En 2013, decidió dejar el cargo. A pesar de ser un movimiento muy poco común —solo había ocurrido un puñado de veces en más de 2.000 años—, trajo consigo la llegada del papa Francisco. El padre James M. Weiss, profesor de Teología de la Universidad de Boston y sacerdote episcopal, explica en este documental cómo el argentino heredó de manos de su antecesor "el caos financiero, el caos de los abusos sexuales en la Iglesia católica y el caos administrativo".



La serie de CNN conecta la historia de esta renuncia con otra mucho más polémica, la de Benedicto IX, que dio pie a que se crearan procesos ahora icónicos, como son el cónclave y la fumata blanca, que sirven para elegir a cada nuevo Papa. Benedicto IX fue un nepobaby medieval que ocupó el cargo hasta en tres ocasiones durante el siglo XI. Sobrino de varios papas, era miembro de la familia más poderosa de Roma, que compró el puesto para él. Benedicto IX tomó el mando en 1032, siendo prácticamente un adolescente. "En ese momento, el papado era el centro jurídico del mundo occidental", recuerda Weiss a cámara.

Su corrupto mandato le llevó a participar en crímenes de todo tipo y a dañar la imagen de la Iglesia de tal modo que los cardenales católicos decidieron que renunciara a su puesto. Para convencerlo, le ofrecieron una generosa suma de dinero, que algunos historiadores cifran en 1.500 libras de oro. Su sucesor, Silvestre III, apenas duró seis meses en el puesto. Benedicto IX recurrió a un poderoso ejército formado por su influyente familia para echarlo por la fuerza y regresar al poder. A los pocos días de lograr el cargo por la fuerza, decidió que prefería abandonarlo para casarse con su prima y eligió a su padrino como su sucesor: Gregorio VI. El casamiento no llega a celebrarse y, una vez más, Benedicto IX decide recuperar su rol como Papa.

Tal y como recuerda Susan Wise Bauer, escritora formada en teología y arte y autora del libro Historia de la Edad Media, esta decisión colocó a la Iglesia con tres candidatos que aseguraban ser el sucesor de San Pedro, un conflicto que, de nuevo, se solventó por la vía militar y que, de nuevo, ganó Benedicto IX con el apoyo de su poderosa familia. En ese momento, los cardenales decidieron crear un proceso claro para elegir al pontífice de ahí en adelante.



Encuentro entre Benedicto XVI y el papa Francisco en El Vaticano, en el año 2014.

Fue el primer paso para lo que hoy conocemos como el cónclave y la fumata blanca. En esos años, hubo varios intentos de proceso electoral que terminaron siendo igualmente amañados hasta que en el siglo XIII el papa Gregorio X tomó una decisión. Ordenó crear una reunión entre los cardenales y que se celebrase a puerta cerrada, bajo llave, sin que los votantes pudieran tener contacto con el exterior. El nombre de la asamblea proviene del latín cum-clavis (con-llave): cónclave.

El proceso queda bien explicado tanto en la serie documental Habemus Papam: Una historia de poder como en la película Cónclave. La deliberación comienza con la presentación de los candidatos. Para que uno de ellos salga elegido, necesita tener el apoyo de dos tercios de los votantes. Si el candidato con más papeletas no obtiene esa cifra, se queman esos trozos de papel que contienen los votos anónimos. En el pasado, se mezclaban con paja húmeda para crear una fumata negra, que indica que debe iniciarse una nueva ronda de votaciones al no obtener un consenso. Cuando al final de una ronda aparece el nombre de uno de los candidatos en más de las dos terceras partes de las papeletas, estas se queman sin ningún aderezo, provocando que el humo salga de color blanco y que se produzca la fumata blanca que anuncia la llegada de un nuevo pontífice.

En la actualidad, se emplean productos químicos para colorear el humo que anuncia el resultado de cada ronda de votaciones. Desde el mandado de Juan Pablo II, los cardenales que forman parte del cónclave se alojan para tomar esta decisión en la residencia Santa Marta, construida en el Vaticano.

Operadores

Movistar Plus+ anuncia para mayo grandes películas y estrenos exclusivos que no han pasado por el cine

Justo Romanos | Publicado el 23 de abril, 2025 · 20:15



Agárrate, porque en el mes de mayo nos espera una montaña de cine de calidad en Movistar Plus+. El servicio de televisión de Movistar ha anunciado las películas que llegarán el próximo mes y te podemos decir que habrá montones de films que querrás ver de inmediato.

Mayo se va a transformar en uno de los mejores meses que ha tenido Movistar Plus+ en mucho tiempo. Y el motivo de ello no es otro que la llegada de multitud de películas que arrasaron en los cines y que ahora las podremos ver cómodamente en casa. Además, también habrá estrenos que no han pasado por las salas, incluido uno que hay muchos espectadores que están deseando ver.

Los estrenos más sonados

Primero de todo, vamos a hablar de los grandes estrenos, aquellas películas que han sido muy taquilleras o que gozan de un nivel de fama elevado. Y eso nos coloca en el día 2 de mayo, fecha en la que se estrenará Un lío de millones, donde Antonio Resines y un elenco ideal para la comedia te hará reír sin límites. La película trata de cómo un matrimonio se inventa que les ha tocado la lotería para que así sus hijos les vuelvan a hacer caso.



Posteriormente, el día 16 de mayo, se estrenará El secreto del orfebre, una adaptación de la novela de mismo título que escribió Elia Barceló. La coprotagonizan Mario Casas y Michelle Jenner y es una historia que tiene un poco de todo, desde nostalgia hasta romance y amor verdadero.,

Dos días después, el 18, será el turno de la polémica Francis Ford Coppola's Megalópolis – Una fábula, una película con Adam Driver a la cabeza que generó una corriente de críticas y debates dignos de uno de los proyectos más ambiciosos y personales de su director. El día 23, por su lado, tendremos la oportunidad de cambiar de género, ya que se estrena la película Twisters. La secuela de la mítica Twister llega con nuevo reparto, pero con toda la acción que la caracterizó en su día. Y el día 26 se estrenará Terrifier 3, la película de terror más viral de los últimos años.

Para terminar el mes, el día 30 de mayo podremos ver Venom: El último baile, que pone final a la trilogía de este antihéroe del universo Marvel. Pero, como te hemos dicho, no va a ser todo el cine que llegue al servicio en mayo.



Estrenos directos de mayo

Estas son aquellas películas que no han pasado por las salas de cine. Por un motivo u otro, nos sorprende que la comedia Saturday Night no haya llegado a la gran pantalla en España, pero es una buena noticia ver que Movistar Plus+ no dudará en estrenarla. Se podrá ver desde el día 25 de mayo y estará acompañada por una selección de contenidos relacionada con el mítico programa de comedia.

Otros de los estrenos directos serán River Wild (día 1), con Adam Brody, la película coreana 12:12 The Day (día 4), Colmillos del Bayou (día 5), El ejecutor (día 7) y Naturaleza salvaje (día 9), con Eric Bana. Posteriormente, el día 14 se estrenará la película de Hong Kong La ciudad de los guerreros y el día 19 podremos ver La noche eterna, con Romain Duris.



Otros estrenos que llegan desde el cine

El día 6 de mayo se emitirá Rock Bottom, que trata de la vida del músico Robert Wyatt, mientras que el día 8 será el momento de deleitarnos con el thriller La semilla de la higuera sagrada. Después, el día 12 se estrenará DAAAAAALÍ!, película con la que se da un giro de efecto a las historias sobre el artista. El día 13 pondremos un poco de drama familiar con la película española Desmontando un elefante, y el día 28 será el estreno de La fiebre de los ricos, dirigida por Galder Gaztelu-Urrutia.



Además, a lo largo del mes habrá varios especiales de programación, como uno que estará dedicado a Tom Cruise y que reunirá sus mejores películas. Con este tipo de acciones y sus grandes estrenos de cine, Movistar Plus+ se asegura conseguir máxima satisfacción entre sus suscriptores.



HOBBYCONSOLAS

HOBBYCINE

CINE

Movistar Plus+ anuncia sus películas y series internacionales para mayo: Agatha Christie: Hacia cero, Megalópolis, Terrifier 3...



José Carlos Pozo 23 abr. 2025 15:58h.

Movistar Plus+ presenta todas las series y películas que incorporará a su catálogo en el mes de mayo de 2025, con estrenos punteros como *Terrifier 7* o *Megalópolis*.

Nos vamos acercando al final de abril, lo que significa que las principales plataformas de streaming se preparan para mostrar las novedades que llegarán a lo largo del próximo mes, como es el caso de Movistar Plus+.

A través de sendas notas de prensa, el servicio de transmisión ha anunciado los estrenos que tendremos en mayo tanto en películas como en series en cuanto al ámbito internacional se refiere, donde encontramos unos cuantos títulos de interés.

A continuación te dejamos la lista con las series y películas internacionales de estreno en Movistar Plus+ para el mes de mayo de 2025. ¡Toma buena nota!

Estrenos internacionales de Movistar Plus+ en mayo

- *River Wild* - 1 de mayo
- *Un lío de millones* - 2 de mayo

- *12.12: The Day* - 4 de mayo
- *Colmillos del Bayou* - 5 de mayo
- *Rock Bottom* - 6 de mayo
- *El ejecutor* - 7 de mayo
- *La semilla de la higuera sagrada* - 8 de mayo
- *Naturaleza salvaje* - 9 de mayo
- *Daaaaaalí!* - 12 de mayo
- *Desmontando un elefante* - 13 de mayo
- *La ciudad de los guerreros* - 14 de mayo
- *El secreto del orfebre* - 16 de mayo
- *Megalópolis* - 18 de mayo
- *Agatha Christie: Hacia cero* (serie) - completa desde el 19 de mayo
- *La noche eterna* - 19 de mayo
- *Rescue: HI-Surf* (serie) - nuevos episodios los martes
- *Twisters* - 23 de mayo
- *Elsbeth* temporada 2 - completa desde el 25 de mayo
- *Saturday Night* - 25 de mayo
- *Terrifier 3* - 26 de mayo
- *El camino estrecho* (serie) - completa desde el 28 de mayo
- *La fiebre de los ricos* - 28 de mayo
- *La mitad de Ana* - 29 de mayo
- *Venom: El último baile* - 30 de mayo

Las películas sin duda son lo más destacado entre las novedades internacionales de Movistar Plus+ con la llegada de títulos como *Megalópolis*, la ambiciosa película de Francis Ford Coppola que ha generado mucha división de opiniones entre la crítica.

Si lo que prefieres es terror visceral, podrás disfrutar en la plataforma de *Terrifier 3*, donde Art the Clown está de vuelta para desatar el caos entre los habitantes del condado de Miles durante la Nochebuena.

También puedes adentrarte en las catástrofes naturales con *Twisters* o disfrutar del cierre de la trilogía de Tom Hardy con *Venom: El último baile*. Hay mucha variedad donde elegir.

En el terreno de las series encontramos producciones como *Agatha Christie: Hacia cero*, miniserie de tres episodios que aborda un misterioso complot de asesinato.

Otra miniserie que llega completa a Movistar Plus+ es El camino estrecho, un drama romántico y bélico que sigue a un oficial médico australiano capturado por japoneses como prisionero de guerra, donde pasa los días intentando conservar la vida atormentado por el recuerdo de su aventura con la mujer de su tío.

Estas son las series y películas internacionales de estreno que llegan a Movistar Plus+ en mayo de 2025. ¿Cuáles de estas novedades te pondrás en la plataforma de streaming?

EL IMPARCIAL
cultura
Miércoles, 23 de abril de 2025

PLATAFORMAS

Novedades de Movistar+ en mayo: la fábula distópica de Coppola y el biopic de Dalí



E.I. miércoles 23 de abril de 2025, 13:22hic_facebookic_twitterYoutube

VENOM: EL ÚLTIMO BAILE

Desde el viernes 30 de mayo.

Tom Hardy da vida por tercera vez al periodista venido a menos Eddie Brock (y a su simbionte) en esta entrega final del spin off de Spider-Man con los personajes más conocidos del Hombre Araña.

Creado a principios de la década de 1980 por David Michelinie y Todd McFarlane para Marvel Comics, Venom es un extraterrestre semilíquido tan violento como bocazas que solo puede sobrevivir unido a un anfitrión. El problema es que, tal y como están las cosas, su simbiosis con Eddie Brock puede ser el fin de todo y de todos.

UN LÍO DE MILLONES

Desde el viernes 2.

Personajes caricaturescos, situaciones exageradas y una típica familia española (o no tan típica) son los ingredientes de este remake del éxito francés 'Mis queridísimos hijos', protagonizada en esta ocasión por Antonio Resines y Gracia Olaya. Los hijos (interpretados por Clara Lago y Alberto Olmo) de Agustín y Bego pasan

olímpicamente de ellos y nunca tienen tiempo de visitarles. Hartos del desapego y del egoísmo de sus hijos, la pareja idea un alocado plan para recuperarlos: fingir que han ganado la lotería y que ahora son multimillonarios.

EL SECRETO DEL ORFEBRE

Desde el viernes 16.

Mario Casas y Michelle Jenner protagonizan este drama romántico, ambientado en diferentes épocas, que adapta la novela homónima de Elia Barceló. 'El secreto del orfebre' es una historia sobre la nostalgia, las decisiones tomadas, el amor verdadero y sobre cómo se aprende a querer. En ella, Casas interpreta a Juan Pablo, un orfebre anclado en un romance del pasado que vuelve a su pueblo natal en busca del gran amor de su juventud, aquel que cambió su vida para siempre.

FRANCIS FORD COPPOLA'S MEGALÓPOLIS - UNA FÁBULA

Desde el domingo 18.

El maestro Francis Ford Coppola dirige, escribe y produce su obra más ambiciosa, desmesurada y genial, un proyecto que comenzó a desarrollar en la década de 1980 y que está inspirado en la conspiración de Catilina del año 63 antes de Cristo. Ambientada en la moderna ciudad de Nueva Roma (trasunto de Nueva York) y protagonizada por Adam Driver, la cinta narra el enfrentamiento entre el idealista Cesar Catilina, que desea crear un utópico futuro mejor, y el alcalde Franklyn Cicero, empeñado en mantener un statu quo que perpetúa la codicia y defiende los intereses particulares.

TWISTERS

Desde el viernes 23.

Tras la interesante 'Minari. Historia de mi familia', el director nominado al Oscar Lee Isaac Chung dirige esta superproducción, protagonizada por Glen Powell ('Cualquiera menos tú') y Daisy Edgar-Jones ('Normal People'), que actualiza y amplia la espectacular 'Twister' de 1996. Kate abandona su trabajo para volver a investigar los patrones de conducta de las tormentas, una afición que dejó tiempo atrás tras vivir un hecho traumático. Ahora, ella y su equipo compiten contra Tyler Owens, un influencer que persigue tormentas.

TERRIFIER 3

Desde el lunes 26.

Una macabra escena inicial anuncia la vuelta de Art, el payaso más sádico del cine de terror, en esta tercera entrega de la brutal y sangrienta saga 'Terrifier'. En esta ocasión, las fiestas de Navidad se convierten en el escenario perfecto para que el payaso Art desate el caos entre los desprevenidos habitantes del condado de Miles. Ahora que Sienna y su hermano parecían haber encontrado la paz, después de la masacre de Halloween, deben volver a luchar contra Art, decidido a convertir su alegría navideña en una nueva pesadilla.

LA SEMILLA DE LA HIGUERA SAGRADA

Desde el jueves 8.

Un magistral y axfisiante thriller ganador del Premio Especial del Jurado en Cannes 2024 y del Premio del Público en San Sebastián, ese mismo año. Ambientado durante el otoño de 2022 en Irán, 'La semilla de la higuera sagrada' se adentra en el seno de una familia para retratar la represión del regímen iraní, poniendo las protestas de las mujeres en Irán por la muerte de Mahsa Amini como telón de fondo.

DAAAAAALÍ!

Desde el lunes 12.

Dos genios de lo irracional, Salvador Dalí y Quentin Dupieux ('Fumar provoca tos') se unen en este delirante e inteligente retrato del maestro del surrealismo lleno de imaginación y libertad creativa.

'Daaaaaalí!' no es una película sobre Dalí, sino con Dalí. "Con esta película, he intentado imaginar un diálogo entre el cine y la imagen. No tengo el genio de Dalí, así que, con toda modestia, mi película es un intento de rendirle el homenaje más loco y libre posible", explica su director.

ROCK BOTTOM

Desde el martes 6.

La creación artística, la fascinación por las drogas, el desencanto por la rutina o la degradación física y mental son los temas que rodean a esta historia de amor y autodestrucción, nominada a la mejor película de animación en los Goya 2025. Inspirada en la música y la vida del británico Robert Wyatt, la película cuenta cómo las drogas transforman un verano apasionado en una auténtica pesadilla cuando la pareja protagonista se sumerge en una espiral de euforia y angustia.

LA FIEBRE DE LOS RICOS

Desde el miércoles 28.

El director de 'El hoyo', Galder Gaztelu-Urrutia, crítica en esta vertiginosa e inteligente sátira las diferencias sociales actuales a través de un mundo aquejado por un virus desconocido y mortal que hace que la pirámide social se invierta... ¡a lo bestia! Esta distopía sigue a Laura Palmer, una productora de cine en la cima de su carrera, que ve cómo, por un virus que afecta a las clases altas, ser rico comienza a sentirse como una amenaza.

DESMONTANDO UN ELEFANTE

Desde el martes 13.

Emma Suárez, Natalia de Molina y Darío Grandinetti protagonizan este elegante drama familiar, ópera prima de Aitor Echevarría, que, huyendo de los clichés, habla sobre las adicciones y sus devastadores efectos en el núcleo familiar. Echevarría aborda la adicción desde la soledad, la incomunicación, los límites impuestos y los

silencios hasta preguntarse: ¿por qué las dinámicas familiares más tóxicas giran en torno a las mentiras a voces?

LA MITAD DE ANA

Desde el jueves 29.

Marta Nieto escribe, dirige y protagoniza esta delicada ópera prima que adapta al largometeaje su corto de 2022 'Son'. La película, estrenada en la Seminci de 2024, retrata la tolerancia y la aceptación del otro en una historia que habla sobre la identidad de género en la infancia, la maternidad y el autodescubrimiento. En ella, Nieto se centra en la transformación de Ana, una madre separada, que vive cómo su hija de ocho años Sonia elige ser llamado Son.

EL PAÍS

ESTILO DE VIDA

El reto de ‘Verdeliss’ y otros estrenos de Movistar Plus+ para disfrutar en abril

Ponte al día con sus mejores contenidos, tanto en documentales como en series y películas, a un precio asequible para el bolsillo: por menos de 10 euros mensuales



Daniel Muela 24 ABR 2025 - 07:00 CEST

Si te preguntas qué estrenos de Movistar Plus+ se pueden disfrutar todavía en lo que resta de abril, has llegado al artículo adecuado. En EL PAÍS Escaparate hemos analizado el debut de películas, series y documentales que han arrancado en este mes tan primaveral y que ya se han situado entre los más vistos por la audiencia de una de las plataformas de streaming de mayor tendencia. En la actualidad, Movistar Plus+ se puede adquirir por tan solo 9,99 euros al mes y sin permanencia.

Los documentales trepidantes y de corta duración han protagonizado un catálogo en el que también hay hueco para películas lideradas por actores que son superestrellas en Hollywood, como el gran Brad Pitt y el polifacético George Clooney, así como un surtido de series para todos los gustos.



La hazaña '(im)posible' de 'Verdeliss'

Comenzamos con una de las gestas dignas de contar en un minidocumental en este 2025. Nos referimos a la heroicidad que ha llevado a cabo la navarra Estefanía Unzu, más conocida en redes sociales como Verdeliss. Madre de ocho hijos y frisando los 40 años, ha superado un ambicioso reto personal: completar en siete días hasta siete maratones con una dificultad añadida en cuanto a sueño, descanso y confort mental y físico: correr cada uno de ellos en un continente diferente.



Pues bien, Movistar Plus+ ha grabado toda su hazaña viviendo los mejores momentos, también los más tristes, emocionantes, emotivos y todo el esfuerzo que conlleva una historia de superación de grandes proporciones como la que vivió Verdeliss en sus propias carnes. Con una fotografía muy elaborada, cualquier usuario podrá apreciar lo salvaje,

trepidante y exigente de una aventura de estas características donde la deportista llegó a recorrer hasta 300 kilómetros en tan solo una semana.

‘La caza del solitario’: suspense con doble crimen policial

El true crime se encuentra en un momento dulce dentro del catálogo de los servicios de streaming. No es que fuera una elección menor entre muchos usuarios que desean verse envueltos por la intriga y los detalles de las historias más curiosas, extravagantes o escabrosas de crímenes reales. Solo que ahora, de la mano del periodista Carles Porta y a través de Movistar Plus+, estas mismas historias han elevado su calidad técnica y narrativa hasta límites insospechados. Precisamente, lo que ha ocurrido en La caza del solitario.



Una historia que a muchos les sonará pero que no dejará indiferente si se ven sumergidos en sus tres capítulos donde la investigación policial irá arrojando luz a una de las crónicas más negras de la historia de España. Todo comienza con el asesinato de dos guardias civiles a manos de un desconocido asesino, un atracador que lleva una década saqueando oficinas bancarias sin dejar una sola huella como prueba. Su captura llevará a policías y medios de comunicación a mantener un clima de tensión que traspasará la pantalla.

‘Wolfs’: la película estelar del mes de abril

Si juntas a George Clooney y Brad Pitt en un mismo guion, ¿qué puede salir mal? Esto es lo que ocurre en su última película juntos, Wolfs, en la que interpretan a dos lobos solitarios que deben solucionar un crimen en un filme entretenido a la par que explosivo, englobado en la comedia negra. Como la denominó en su crítica el periodista Javier Ocaña, Wolfs es una “película atractiva y efervescente”. ¿Te la vas a perder?



¿Qué otros estrenos de series se han emitido en abril en Movistar Plus+?

En el terreno de las series, los amantes de este tipo de formato audiovisual también están de enhorabuena. Ya se pueden ver las primeras doce entregas de Rescue, donde el capitán Sonny Jennings comanda un equipo de personas cuyo objetivo es evitar pérdidas humanas en la franja de playa más peligrosa ubicada en la costa norte de Hawái.



Para los que prefieran algo más sosegado, pero igual de interesante siempre pueden centrarse en la segunda temporada de la serie María Antonieta: ocho capítulos producidos por la BBC y Canal+ en una corte europea llena de intrigas en la que se busca un heredero para que Francia y Austria forjen una alianza sólida en la segunda mitad del convulso siglo XVIII.

¿Qué otros estrenos de películas se han emitido en abril en Movistar Plus+?

El compendio es elevado, aunque en EL PAÍS Escaparate nos gustaría centrarnos en dos filmes como son Parthenope, por un lado, la última creación del esteta Paolo Sorrentino, que también dirigió La gran belleza; y, por el otro, ¿Es el enemigo? La película de Gila. En ella, se relata la juventud de Gila, el origen de su particular humor y el talento que siempre tuvo para tornar la desgracia en gracia (sin perder un ápice de frescura en su dilatada trayectoria).



Preguntas frecuentes sobre Movistar Plus+

¿Movistar Plus+ ha añadido algún canal temático en las últimas semanas a su catálogo?

En efecto. Ahora, el popular programa Caza y Pesca está incluido en la suscripción de este servicio de streaming junto a la gran variedad de canales documentales, de programas, cinematográficos y sobre series (tanto de producción propia como internacionales) que pueblan su agenda televisiva.

¿Cuántos estrenos lleva a cabo Movistar Plus+ a lo largo del año?

Es considerado como el canal líder en producción propia con más de 400 estrenos anuales.

*Todos los precios de compra incluidos en este artículo están actualizados a 24 de abril de 2025.

Disfrutar un buen libro...en pantalla pequeña

Series y documentales para celebrar el Día Internacional del libro de la mano de Filmin, Movistar Plus+ y Canal Historia



«El cuento de la criada», «Agatha Christie: hacia cero», «Shakespeare: el nacimiento de un genio» , son algunas de las piezas de estrenoLa Razón

Gerardo Granda @Murdockmaiz Madrid Creada: 23.04.2025

El 23 de abril, Día Internacional del Libro parece que las series no tienen nada que decir. Pero ahora, y quizá más que en cualquier otro momento de la historia de la televisión, se adaptan cantidades ingentes de libros al formato audiovisual, ya sea en ficción seriada, películas o documentales. Para conmemorar esta fecha Movistar Plus+, Filmin y el Canal Historia han elaborado algunas propuestas para disfrutar de los libros... en pantalla pequeña.

Algunos títulos que este 2025 han pasado a la televisión ya son de sobra conocidos, como «Cuando nadie nos ve» que Max estrenará hasta el domingo 27 de abril, con Maribel Verdú, y dirigida por Enrique Urbizu, o la recién estrenada última temporada de «El cuento de la criada», basada en los libros de Margaret Atwood. También hemos podido ver «Rebus», con los textos de Ian Rankin llevados a Movistar Plus+ desde enero sobre el detective de la policía de Edimburgo. O en la misma plataforma «Crimen, de Irvin Welsh», que adapta la novela del mismo nombre en la que una niña de 13 años desaparece y el caso es asignado al inspector detective de Ray Lennox. En febrero se sumaron al catálogo de la española «Wolf Hall: en la corte del lobo», que adapta los dos primeros libros de la trilogía de Thomas Cromwell escritos por Hilary Mantel. Un drama histórico de la BBC en el que

Cromwell se vuelve el hombre de confianza del volátil Enrique VIII, que parece que morirá sin heredero.

En marzo, Movistar Plus+ lanzó «Dos familias» («Playing Nice»), miniserie de cuatro episodios basada en el libro homónimo de J.P. Delaney. Una historia desgarradora con unos padres enfrentados a un error con sus hijos que cambiará su vida y su matrimonio para siempre. El mismo mes llegó «Reinas del Soho», versión en serie del clásico de culto de Marek Kohn, en el que las mujeres asisten en 1918 a la vuelta de los hombres de la Primera Guerra Mundial y eso cambia sus existencias pacíficas y controladas. Disponibles ya también «Último Acto», novela de la periodista Elisabeth Åsbrink, sobre la herida abierta que dejó en Suecia cuando el famoso dramaturgo Lars Norén colaboró con un prisión con tres convictos. Además de la quinta temporada de «Todas las criaturas grandes y pequeñas» (Gerald Durrell) que aterrizó el día 11 de bril, y los estrenos por venir: «El largo río de las almas», que adapta la novela de Liz Moore y protagonizada por Amanda Seyfried (30 de abril); «El camino estrecho», de la novela de Richard Flanagan que llegará en mayo, al igual que la adaptación de «Agatha Christie: hacia cero», que cuenta con Anjelica Houston (19 de mayo).

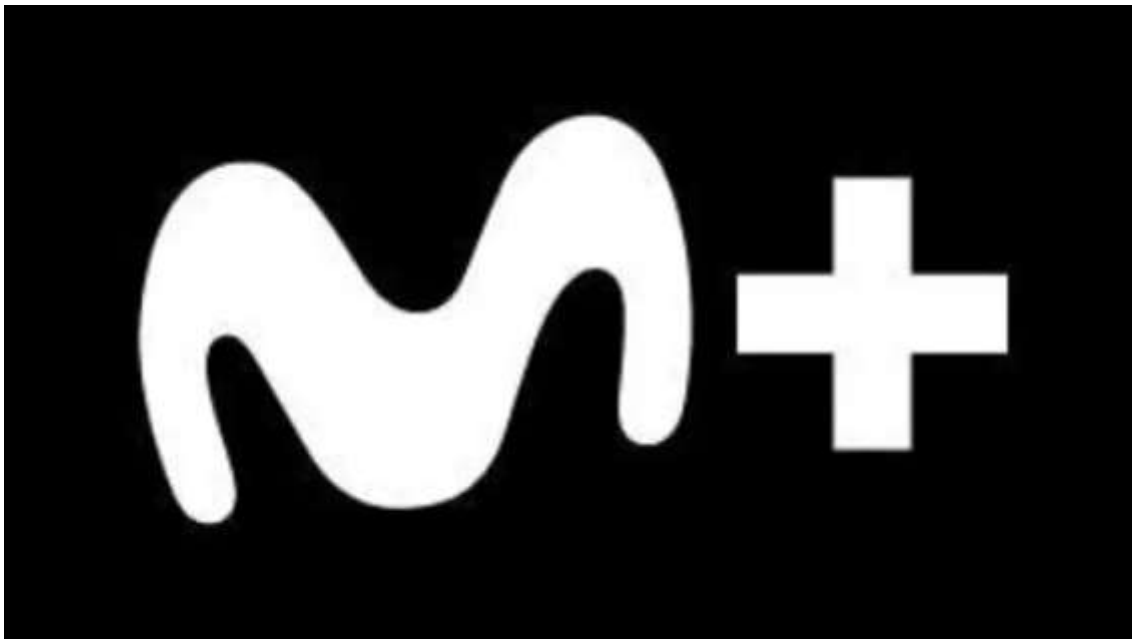
Por su parte, FIlmin Books ofrece una selección de 13 documentales literarios del más alto nivel. Entre estas novedades destacan títulos como «Carrère, el escritor y el asesino», en el que Camille Juza regresa a «El adversario» para recordar de qué modo la novela de Emmanuel Carrère anticipó los códigos del true-crime. En «Murakami: De Underground a 1Q84», Claire Laborey regresa al atentado con gas sarín en el metro de Tokio en 1995 para analizar cómo esta tragedia impactó en la vida de Haruki Murakami. Dorothée Lachaud dirige «Los Saint-Exupéry», documental que mediante recortes, notas y fotografías reconstruye el romance entre el legendario autor de «El principito» y su mujer Consuelo. Y en «King on Screen», Daphné Baiwir analiza las más de 80 películas y series que en todo el mundo han adaptado alguna obra de Stephen King.

El resto de títulos de esta nueva hornada de documentales que llegan a Filmin Books arrojan luz sobre la vida y obra de celebridades como el periodista Julio Camba («Julio Camba. El hombre que no quería ser nada»); el escritor francés Georges Perec («Perec. El hombre que se negó a olvidar»); la poeta Nikki Giovanni («Nikki Giovanni, viaje a Marte»); la activista y profesora de filosofía Angela Davis («Free Angela Davis»); el poeta Gabriel Ferrater («In Memoriam Biel»); el escritor gallego Suso De Toro («Suso. Fóra de lugar»); o el poeta peruano César Vallejo («De todas las cosas que se han de saber»). La colección se completa con el cortometraje «Millás & Arsuaga: el pasado siempre te alcanza» y «Cortázar & Antín: Cartas Iluminadas». A todos ellos se sumará el estreno, el 25 de abril, de «Limónov», la película de Kirill Serebrénnikov que adapta la conocida novela homónima de Carrère.

Canal Historia no quiere dejar de celebrar esta fecha y estrena «Shakespeare, el nacimiento de un genio», serie documental de tres episodios sobre cómo el hijo de un guantero se convirtió en uno de los escritores más grandes. Ofrece escenas de gran valor cinematográfico, narradores sorprendentes y entrevistas con actores, expertos y académicos de la talla de Brian Cox, Judi Dench, Lolita Chakrabarti, Jessie Buckley, Gordon Brown, Adrian Lester, Helen Mirren o Martin Freeman.

Movistar Plus+ celebra el Día del Libro con las mejores adaptaciones literarias internacionales

Dentro del catálogo de contenidos de la televisión de pago más conocida de nuestra país se encuentran y llegarán grandes ficciones directas del mundo de los libros



Movistar Plus+, el rey del séptimo arte con la llegada de FilminLogo de Movistar Plus+

Javier Corpas@corpas_soldado Madrid Creada: 23.04.2025

Feliz San Jordi y feliz Día del Libro a todos los lectores de LARAZÓN. Hoy, cambiamos el beso de Nino Bravo por un libro pero lo seguimos acompañando con una flor para conmemorar al mundo de la literatura. Para ello, un servidor, va a unir el mundo audiovisual con el literario para presentar las diez grandes adaptaciones que ya están o llegarán al catálogo de contenidos de Movistar Plus+ en este 2025:

Los mejores escritores internacionales aterrizan en Movistar

Movistar Plus+ celebra el Día del Libro 2025 con una selección de adaptaciones literarias internacionales que ya están marcando el calendario seriéfilo del año. 'Agatha Christie: Hacia Cero', que se estrena completa el 19 de mayo, es una elegante y oscura adaptación de la novela de misterio sobre un asesinato planificado desde el principio, protagonizada por Anjelica Huston. También en mayo llega 'El camino estrecho', basada en la novela ganadora del Premio Booker de Richard Flanagan, que narra la historia de amor y redención de un prisionero australiano en Tailandia durante la construcción del ferrocarril de la muerte japonés; cuenta con Jacob Elordi en un papel intenso y alejado de sus registros anteriores. En abril se estrena 'El largo río de las almas', un drama criminal ambientado en Filadelfia con Amanda Seyfried interpretando a una periodista que se enfrenta al pasado de su familia en plena crisis

de opioides. Ese mismo mes regresa 'Todas las criaturas grandes y pequeñas', que adapta las memorias del veterinario James Herriot (a veces erróneamente atribuidas a Gerald Durrell), y cuya quinta temporada continúa explorando la vida rural en los años 40 con humor, ternura y espíritu nostálgico.

Las que ya han llegado

Las series estrenadas entre enero y marzo ya están disponibles en la plataforma. 'Wolf Hall' retoma la monumental trilogía de Hilary Mantel sobre Thomas Cromwell y su ascenso en la corte de Enrique VIII, con una nueva producción que apuesta por el rigor histórico y la fuerza de los diálogos políticos. 'Crimen', basada en la novela de Irvine Welsh, presenta a un detective escocés (interpretado por Dougray Scott) perseguido por sus propios demonios mientras investiga un secuestro perturbador. 'Rebus', inspirada en los thrillers de Ian Rankin, da nueva vida al emblemático inspector de Edimburgo, en una versión más contemporánea. En marzo se estrenaron tres potentes títulos: 'Último acto', adaptación de la novela sueca de Elisabeth Åsbrink, se sumerge en el mundo del teatro y los secretos familiares en Estocolmo; 'Reinas del Soho' revive el Londres de los 80 con una historia de mujeres en el crimen organizado, y 'Dos familias', a partir del bestseller de J.P. Delaney, explora los efectos psicológicos de un intercambio de casas entre dos matrimonios aparentemente normales. En conjunto, estas series ofrecen un recorrido por distintas culturas, épocas y géneros, consolidando el compromiso de Movistar Plus+ con la ficción literaria de calidad.

AQUÍtv

De Jane Austen a Stephen King: 100 adaptaciones literarias que puedes ver en Movistar Plus+



Shakespeare, **Austen**, **Delibes**, **Capote**, **Christie** o **King**: las historias (y sus autores) que han marcado la literatura se han convertido en grandes producciones del cine y la televisión. Para conmemorar el **Día del Libro**, que se celebra el 23 de abril, **Movistar Plus+** ha reunido una cuidada selección de **100 películas**, **series** y **documentales** basadas en obras icónicas de todos los géneros, disponibles en la plataforma.

La literatura ha sido una fuente inagotable de inspiración para el cine y la televisión. Desde la ironía social de Jane Austen hasta la ciencia ficción de Frank Herbert, pasando por el thriller psicológico de Patricia Highsmith, el intimismo de Sara Mesa, el lenguaje crudo de Irvine Welsh, el humor oscuro de Roald Dahl o el realismo gráfico de Paco Roca, las páginas se han transformado en imágenes que ya forman parte de la historia del audiovisual.

Con motivo del Día del Libro, Movistar Plus+ presenta una selección que rinde homenaje al poder de la palabra escrita y su influencia en la pantalla. Entre las obras destacadas se encuentran títulos como **'Enrique V', 'Los santos inocentes', 'El conde de Montecristo, 'Dime quién soy'** (serie original Movistar Plus+), **'El gran Gatsby', 'Wolf Hall: el trueno en el reino', 'A sangre fría', 'Emma', 'Cadena**

perpetua', 'Un amor', 'Agatha Christie: Matar es fácil' o **'Shere Hite y el orgasmo femenino'**, entre otras. Una lista en la que conviven clásicos universales con autores contemporáneos, voces literarias femeninas y masculinas, best. sellers y obras de culto, abarcando géneros tan variados como el drama, la comedia, el suspense, el terror, el ensayo o la ciencia ficción.

Los 100 libros (y sus autores) que se pueden ver en Movistar Plus+

Roald Dahl – Matilda
Sigrid Nunez – La habitación de al lado.
Alejandro Dumas – El conde de Montecristo
Heather Morris – El tatuador de Auschwitz
Hilary Mantel – Wolf Hall: el trueno en el reino
Jane Austen – Emma
Jussi Adler-Olsen – Sin límites: Los casos del departamento Q
Colleen Hoover – Romper el círculo
Michael Robotham – Sospechoso
Víctor Méndez Sanguos – Narcogallegos
Agatha Christie – Agatha Christie: Matar es fácil
Shiori Ito – Black Box Diaries
Enrique Rubio – Escape
Katixa Agirre – Salve María
Laetitia Colombani – La trenza
Sara Mesa – Un amor
Alejandro Dumas – Los tres mosqueteros: Milady
Diana Gabaldon – Outlander
Romain Puértolas – De la India a París en un armario de IKEA
Frank Schätzing – El quinto día
León Tolstoy – Volver a caer
Lily Brett – Treasure
Matt Haig – Los Radley
Shere Hite – Shere Hite y el orgasmo femenino
Anthony Horowitz – Alex Rider
Paco Roca – La casa
Boston Teran – La bala de Dios
Alejandro Dumas – Montecristo
Irvine Welsh – Crimen, de Irvine Welsh
Samuel D. Hunter – La ballena (The Whale)
Leonie Frieda – La reina serpiente
Deborah Harkness – El descubrimiento de las brujas
Irvine Welsh – Creation Stories
Julia Navarro – Dime quién soy (serie original Movistar Plus+)

James Herriot – Todas las criaturas grandes y pequeñas
Sally Rooney – Normal People
Christine Leunens – Jojo Rabbit
Eva García Sáenz de Urturi – El silencio de la ciudad blanca
Jack London – Martin Eden
Ernest Cline – Ready Player One
Andy Weir – Marte (The Martian)
Fredrik Backman – Un hombre llamado Ove
Anthony McCarten – La teoría del todo
F. Scott Fitzgerald – El gran Gatsby
Max Brooks – Guerra Mundial Z (versión extendida)
Victor Hugo – Los miserables
Philip K. Dick – Destino oculto
Michael Morpurgo – War Horse (Caballo de batalla)
Elizabeth Gilbert – Come, reza, ama
David Ignatius – Red de mentiras
F. Scott Fitzgerald – El curioso caso de Benjamin Button
Max Allan Collins – American Gangster
Roald Dahl – Charlie y la fábrica de chocolate
Tom Clancy – Pánico nuclear
Louis de Bernières – La mandolina del capitán Corelli
Sylvia Nasar – Una mente maravillosa
Thomas Harris – Hannibal
Anónimo – Lázaro de Tormes
Reinaldo Arenas – Antes que anochezca
William Peter Blatty – El exorcista (versión extendida)
Fernando Vallejo – La virgen de los sicarios
Chuck Palahniuk – El club de la lucha
Manuel Rivas – La lengua de las mariposas
Arturo Pérez-Reverte – Territorio Comanche
David Baldacci – Poder absoluto
Almudena Grandes – Malena es un nombre de tango
Antonio Gala – Más allá del jardín
Nathaniel Hawthorne – La letra escarlata
Arturo Pérez-Reverte – La tabla de Flandes
Stephen King – Cadena perpetua
Tom Clancy – Peligro inminente
Winston Groom – Forrest Gump
Gerry Conlon – En el nombre del padre
Thomas Keneally – La lista de Schindler
Tom Clancy – Juego de patriotas

J.M. Barrie – Hook (El capitán Garfio)
Thomas Harris – El silencio de los corderos
Tom Clancy – La caza del Octubre Rojo
William Shakespeare – Enrique V
Felipe Trigo – Jarrapellejos
Henry James – Otra vuelta de tuerca
Frank Herbert – Dune
Miguel Delibes – Los santos inocentes
Ramón María del Valle-Inclán – Luces de Bohemia
Stephen King – Christine
Edgar Allan Poe – El gato negro
Julio Verne – Misterio en la isla de los monstruos
Agatha Christie – El espejo roto
Leopoldo Alas 'Clarín' – La regenta
Truman Capote – A sangre fría
Boris Pasternak – Doctor Zhivago
Joseph Conrad – Lord Jim
John Steinbeck – Al este del edén
Graham Greene – El tercer hombre
Dashiell Hammett – El halcón maltés
Daphne du Maurier – Rebeca
Didier Van Cauwelaert – Sin identidad
Patricia Highsmith – A pleno sol
Francesc Escribano – El maestro que prometió el mar
André Aciman – Call Me by Your Name

LIBROS

66 adaptaciones literarias disponibles en Netflix, Max o Movistar +: dónde ver las series y películas el Día del Libro

Estas adaptaciones permiten a los amantes de los libros ver sus historias favoritas cobrar vida en la pantalla



Yaiza Derbyshire Vieira 23/04/2025

En la era del streaming, las plataformas como Netflix, Max y Movistar+ han revolucionado la forma en que consumimos contenido audiovisual, ofreciendo una vasta selección de adaptaciones literarias que cautivan a los espectadores. Estas adaptaciones permiten a los amantes de los libros ver sus historias favoritas cobrar vida en la pantalla, y a aquellos que no han leído las obras originales, descubrir tramas fascinantes y personajes memorables.

Este 23 de abril se celebra el Día del Libro y estas plataformas han incluido en sus catálogos una impresionante variedad de películas y series basadas en libros, que abarcan desde clásicos de la literatura hasta bestsellers contemporáneos.

Netflix, por ejemplo, ha destacado con adaptaciones como El Club de los Lectores Criminales, basada en la novela de Carlos García Miranda, y la serie Drácula, que ofrece una nueva visión del legendario vampiro de Bram Stoker. Además, títulos como Gambito de dama, inspirada en la novela de Walter Tevis, y La chica de nieve, basada en el éxito de Javier Castillo, han capturado la atención del público con sus tramas envolventes y producciones de alta calidad.

Por su parte, Max no se queda atrás, ofreciendo adaptaciones de renombre como la saga de Harry Potter de J.K. Rowling o El señor de los anillos de J.R.R. Tolkien.

Movistar+ también celebra el poder de la literatura con una selección de 100 adaptaciones literarias que incluyen desde los clásicos de Jane Austen y William Shakespeare hasta obras contemporáneas de autores como Sara Mesa y Agatha Christie.

Aquí puedes consultar los títulos más destacados y el autor de la obra original.

Movistar +

Matilda - Roald Dahl

La habitación de al lado - Sigrid Nunez

El conde de Montecristo - Alejandro Dumas

El tatuador de Auschwitz - Heather Morris

Wolf Hall: el trueno en el reino - Hilary Mantel

Emma - Jane Austen

Sin límites: Los casos del departamento Q - Jussi Adler-Olsen

Romper el círculo - Colleen Hoover

Sospechoso - Michael Robotham

Narcogallegos - Víctor Méndez Sanguos

Agatha Christie: Matar es fácil - Agatha Christie

Black Box Diaries - Shiori Ito

Escape - Enrique Rubio

Salve María - Katixa Agirre

La trenza - Laetitia Colombani

Un amor - Sara Mesa

Los tres mosqueteros: Milady - Alejandro Dumas

Outlander - Diana Gabaldon

De la India a París en un armario de IKEA - Romain Puértolas

El quinto día - Frank Schätzing

Volver a caer - León Tolstoy

Treasure - Lily Brett

Los Radley - Matt Haig

Shere Hite y el orgasmo femenino - Shere Hite

SERIES

10 series que ver en Movistar Plus+ para celebrar el Día del Libro

22 de abril de 2025



Celebra el día del libro en Movistar Plus+ con 10 adaptaciones literarias

La literatura ha sido fuente inagotable de inspiración para el mundo de las series. Para conmemorar el Día del Libro que se celebra este miércoles 23 de abril, os traemos 10 series internacionales, adaptaciones de novelas estrenadas o que se van a estrenar en Movistar Plus+ en 2025. Una selección entre las que encontramos suspense, dramas históricos, thrillers policiacos, e historias inspiradoras Todas estas series y muchas más, se pueden ver en la plataforma de streaming de Movistar Plus+, por sólo 9,99€ al mes.

Agatha Christie: Hacia cero

El próximo 19 de mayo Movistar Plus+ estrena Agatha Christie: Hacia cero, miniserie que adapta la novela de Agatha Christie. La miniserie nos traslada a la Inglaterra de 1936. Tras un escandaloso divorcio entre celebridades, Nevile Strange y su exesposa Audrey toman la impensable decisión de pasar el verano juntos en Gull's Point, la casa de su infancia y finca costera de la tía de Nevile, Lady Tressilian. Con asuntos pendientes entre los antiguos enamorados de la infancia, y la presencia de Kay, la nueva esposa de Nevile, la tensión está al límite. A esto se suma una dama

de compañía resignada, un misterioso ayuda de cámara, un primo exiliado con sed de venganza, un venerable abogado de familia, una huérfana curiosa y un estafador francés… y pronto habrá un asesinato. Un detective atormentado deberá redescubrir su propósito para desenredar una red tóxica de celos, engaños y disfunciones. ¿Podrá resolver el crimen antes de que haya otra víctima?



El camino estrecho



El próximo mes de mayo llega a Movistar Plus+ El camino estrecho, miniserie australiana que adapta la novela de Richard Flanagan, y que cuenta en su reparto con Jacob Elordi. El camino estrecho es una serie de cinco capítulos, salvajemente hermosa, que narra la vida de Dorrigo Evans (interpretado por Jacob Elordi en su etapa de juventud y por Ciarán Hinds en su madurez), a través de su apasionada

historia de amor con Amy Mulvaney (Odessa Young), su tiempo cautivo en un campo de prisioneros de guerra y sus últimos años como cirujano venerado y un reacio héroe de guerra.

El largo río de las almas



Miniserie que adapta el superventas de Liz Moore, que ocupó el top de las listas de The New York Times, sobre dos hermanas separadas por la adicción a las drogas. Mickey (Amanda Seyfried) es una agente de policía que patrulla las calles de un vecindario de Filadelfia que sufre el impacto de la crisis de los opioides. Mickey se preocupa por su hermana Kacey, una adicta que desaparece justo en el momento en que se suceden una serie de asesinatos. Obsesionada por encontrar al culpable y a Kacey antes de que sea demasiado tarde, Mickey comprende que su historia personal podría estar vinculada al caso.

Todas las criaturas grandes y pequeñas



En la quinta temporada de Todas las criaturas grandes y pequeñas, continúan las aventuras del veterinario James Herriot (Nicholas Ralph) y el resto de personajes en la bucólica Yorkshire de los años 30 y 40. En la primavera de 1941 y con la Segunda Guerra Mundial en marcha, Siegfried (Samuel West) está cubriendo el vacío en el consultorio. Mientras, la Sra. Hall (Anna Madeley) y Helen (Rachel Shenton) están considerando su contribución dentro de la comunidad, y Carmody (James Anthony-Rose) está ansioso por dar un paso adelante.

Último acto



Adaptación del libro de la periodista Elisabeth Åsbrink que se alzó como Mejor drama en la Sección Oficial Internacional de Serializados. En 1998, el famoso dramaturgo Lars Norén y la productora Isa Stenberg son invitados a colaborar en una prisión con tres convictos. La junta de la prisión considera el teatro como una forma de rehabilitación. Pero el proyecto, delincuentes reales interpretándose a sí mismos, se convierte en un proceso imparable en el que se dan de lado la seguridad y los mecanismos de control preventivo.

Reinas del Soho



Basada en Dope Girls: The Birth of the British Drug Underground, el clásico de culto del escritor Marek Kohn sobre el nacimiento de los clubes nocturnos en el Soho londinense y el preocupante consumo de drogas que siguió tras la Primera Guerra Mundial. La serie arranca con Kate Galloway (Julianne Nicholson), una mujer que lo ha perdido todo después de que su marido se suicide. Junto a su hija adolescente (Eilidh Fisher), con desparpajo y bastantes agallas, abre un garito en el Soho londinense, un barrio que pronto controlan bandas de mujeres que regentan los clubs y controlan el negocio de las drogas y el alcohol.

Todas estas series estarán disponibles en la plataforma de streaming de Movistar Plus+, por sólo 9,99€ al mes.

Dos familias



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, 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.

Wolf Hall

La primera temporada de este drama histórico de la cadena BBC adapta los dos primeros libros de la trilogía de Thomas Cromwell, 'En la corte del lobo' y 'Una reina en el estrado', escritos por Hilary Mantel, desde el matrimonio entre Enrique VIII y Ana Bolena hasta la ejecución de ella cuatro años más tarde. La segunda temporada es la conclusión de la trilogía sobre Thomas Cromwell en la Inglaterra de Enrique VIII, que comprende los últimos cuatro años de su vida, con la culminación de su

ascenso hasta convertirse en el hombre más poderoso y temido de su época hasta su inevitable caída.



Crimen, de Irvine Welsh



Adaptación de la novela de Irvine Welsh (Trainspotting), que ejerce como productor ejecutivo y coguionista (junto a Dean Cavanagh). Una niña de 13 años desaparece y el caso es asignado al inspector detective de Edimburgo Ray Lennox (Dougray Scott). Es un policía experimentado y de enorme talento, a la vez que un hombre complejo y frágil que se obsesiona con los casos. Arrastra un severo trauma del pasado que combate a diario con alcohol y drogas. Su sentido de la justicia es insobornable y su empatía con las víctimas dolorosamente humana.

Rebus



Adaptación de las novelas de Ian Rankin de su personaje John Rebus, un complejo inspector de policía. Desde que surgió a finales de los 80, Rebus se ha convertido en uno de los personajes clave del noir literario. El detective de la policía de Edimburgo John Rebus (Richard Rankin) está atravesando a sus 40 años una profunda crisis personal y profesional, tras separarse de su mujer y no poder ver apenas a su hija. En el terreno laboral la situación no es mucho mejor al haber tenido un grave altercado con el mafioso local (Stuart Bowman), en el que sobrepasó varias líneas rojas del comportamiento policial y sus jefes le han puesto en una especie de nevera laboral hasta aclarar lo sucedido.

PRENSA IBÉRICA

el Periódico

Vuelta a casa

David Broncano vuelve por sorpresa a Movistar Plus+: así ha sido su regreso inesperado

El cómico estuvo ligado a la plataforma de streaming durante 7 años con 'La resistencia'.



Carlos Merenciano Madrid 23 ABR 2025 16:50

Parecía imposible, pero ha ocurrido: David Broncano ha vuelto a Movistar Plus+. El humorista, que rompió relaciones con la plataforma el pasado septiembre al mudarse a RTVE con su nuevo programa 'La Revuelta', ha reaparecido como invitado en uno de los formatos más veteranos y respetados de la plataforma de streaming, 'Ilustres ignorantes', presentado por Javier Coronas.

Su salida no fue precisamente pacífica. Tras siete temporadas al frente de 'La Resistencia', Movistar Plus+ no solo mantuvo en emisión un canal 24 horas con reposiciones del programa, sino que se quedó con la marca, el nombre y el logotipo del espacio. Además, reconvirtió la cuenta oficial de 'La Resistencia' en el perfil global de la plataforma, una decisión que provocó una fuga de seguidores: de más de 3 millones a los actuales 2,8.

Con este contexto, la visita de Broncano —junto a Lalachus, su compañera en 'La Revuelta'— ha sorprendido tanto a sus seguidores. El episodio ya está disponible en la plataforma, y en él el presentador de La 1 no oculta su entusiasmo por volver a pisar un plató de la que fue su casa durante años: "Solo quería decir que estoy muy contento. He venido muchas veces, pero hacía tiempo que no lo hacía, y este es, para mí, el programa de comedia más influyente de España en décadas".

"Os agradezco mucho que me hayáis traído aquí otra vez. Lo pienso de verdad, eh", insiste Broncano en el vídeo promocional que Movistar Plus+ ha lanzado para anunciar el reencuentro. En las imágenes, se le puede ver compartiendo mesa con Coronas y otros colaboradores, con Lalachus sentada al otro lado del plató.

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

eltelevisero

ACTUALIDAD

David Broncano y Lalachus regresan a Movistar Plus+ inesperadamente tras su traición con TVE en este formato

por **José Sánchez** 23 Abr 25 - 10: 41

David Broncano y Lalachus regresan a Movistar Plus+ como los últimos invitados de uno de sus programas más emblemáticos



Lalachus y David Broncano en 'La Revuelta' | TVE

Desde que David Broncano y su equipo cortaron lazos con Movistar Plus+ al mudarse a TVE con 'La Revuelta', el humorista se ha mantenido fuera del radar de la que fue su casa televisiva durante siete temporadas. Sin embargo, la plataforma ha anunciado por todo lo alto el regreso del presentador junto a Lalachus a uno de sus espacios estrella.

La salida del cómico de Movistar Plus+ tras siete años acumulando programas en 'La Resistencia' no fue plato de buen gusto para la plataforma. Tras su desembarco en la cadena pública en septiembre, la compañía decidió mantener en su programación el canal 24 horas del espacio de Broncano emitiendo reposiciones de las populares entrevistas del humorista.

David Broncano y Lalachus visitan 'Ilustres Ignorantes' de Movistar Plus+

Eso, sumado a la disputa por el logotipo y el nombre del programa, que continúan bajo la propiedad de Movistar Plus+, pudiendo reiniciar 'La Resistencia' con un nuevo presentador y elenco, parecía haber marcado un final desagradable entre ambas partes. Sin embargo, tanto la plataforma como David Broncano parecen haber alzado la bandera blanca con su regreso a uno de los programas más longevos de su catálogo.



Movistar Plus+ ha compartido que el humorista ha visitado junto a Lalachus el programa 'Ilustres ignorantes', presentado por Javier Coronas, en una entrega que ya está disponible en la plataforma. "Solo quería decir que estoy muy contento, es que he venido muchas veces. Pero estoy muy contento de volver años después porque hacía tiempo que no venía al que es, en mi opinión, el programa de comedia más influyente de España en décadas", ha sentenciado el presentador de La 1 sobre este espacio que acumula 18 temporadas.

"Os agradezco mucho que me hayáis traído aquí otra vez. Lo pienso de verdad eh", asegura David Broncano en el vídeo promocional adelantado por Movistar+, en el que se puede ver en la mesa del espacio con Lalachus al otro extremo. Así, los dos rostros estrella de 'La Revuelta' abandonan los dominios de TVE para regresar a la que tantos años fue su casa televisiva.

Las rencillas de Movistar Plus+ con 'La Revuelta'

El anuncio oficial se ha producido a través de la cuenta de Instagram de Movistar Plus+, la cual antes pertenecía a 'La Resistencia'. Este fue otro de los "castigos" que la plataforma propinó al humorista tras su salida, al reconvertir el perfil que solía albergar el contenido del popular espacio en su nuevo canal oficial para promocionar todos sus formatos. Cabe destacar que Broncano y su equipo acumulaban más de 3 millones de seguidores en dicha cuenta, la cual ha descendido hasta los 2.8 millones.

Noticias de Bizkaia
Deia
24 Abril, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 60
AVE: 3312 €
ÁREA: 224 CM² - 46%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5936
OTS: 40000
SECCIÓN: KIROLAK



'Hal & Harper', una historia familiar entre el drama y la comedia

Su actriz principal, Lily Reinhart, fue premiada como Mejor Actriz en el festival Series Mania

Julen Arriandiaga
NTM

BILBAO –La crítica estadounidense ha dicho de la serie *Hal & Harper* que "presenta un retrato familiar conmovedor" o que "escrita con agudeza, ofrece un equilibrio casi perfecto entre lo amargo y lo dulce". El elenco de la serie ya disponible en Movistar Plus+ también ha cosechado alabanzas como que "cada presencia es rica y digna de exploración" y esto se concretó, de hecho, en que la joven actriz Lili Reinhart (*Riverdale*) fue reconocida como la Mejor Actriz en la reciente edición del festival francés Series Mania.

Pero a pesar de premios como estos, de las buenas palabras de la crítica, y de haber sido exhibida también en Sundance en enero pasado, la serie aún no tiene canal de emisión en Estados Unidos.

Hal & Harper ha sido creada por el joven talento estadounidense Cooper Raiff (*Shithouse*), quien describe la historia como la de "dos hermanos codependientes a los que la pérdida de su madre, siendo muy niños, obliga a crecer demasiado rápido".

La sinopsis oficial resume que "Hal (Raiff) y Harper (Reinhart) son dos hermanos veinteañeros que, sin embargo, parecen anclados en su infancia. Los retiene el trauma no superado de la pérdida de su madre cuando eran niños. Ahora que su padre ha puesto en venta la casa familiar para comenzar una nueva vida con su pareja, Kate, con quien espera un nuevo bebé, sienten como si un terremoto hiriera los débiles cimientos que sustentaban sus vidas".

ACTORES ENTREGADOS Raiff, que con menos de 30 años ya ha aparecido en la lista Forbes como alguien a seguir en la industria audiovisual estadounidense, bromea con que no sabía quién era Lily Reinhart cuando empezó a escribir la serie "pero es raro, porque creo que fuimos hermanos en una vida pasada".

El joven realizador, que remarca que se divirtieron mucho durante el rodaje porque hubo mucha química entre todos los miembros del elenco, en el que también se encuentra Mark Ruffalo (*Spotlight, Pobres criaturas*), sostiene que no tenía intérpretes claros en mente "pero sí almas muy específicas" para los personajes mientras escribía.

Pero en ocasiones las estrellas deciden embarcarse en proyectos en principio menores por sus ajustados presupuestos y sin el respaldo de un gran estudio o plataforma de streaming que los respalde. Y esto es lo que ocurrió cuando los guiones, ya con la serie muy avanzada, llegaron a Ruffalo, en quien en ningún caso pensó nunca Raiff que fuera a decir que sí. "Era interesante ver que en el rodaje venía gente y decía "ah sí, es Mark Ruffalo"".

A falta sobre todo de quien apueste por *Hal & Harper* en Estados Unidos, su creador no descarta una segunda temporada. "Nos encantaría explorarlo", admite. ●



Imagen de la serie 'Hal & Harper' con cooper Raiff, Lily Reinhart y Mark Ruffalo. *Foto: Movistar Plus+*

Diario Noticias de Álava

24 Abril, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 2718 €
ÁREA: 265 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2309
OTS: 18000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



'Hal & Harper', una historia familiar entre el drama y la comedia

Su actriz principal, Lily Reinhart, fue premiada como Mejor Actriz en el festival Series Mania

✎ *Julen Arriandiaga*
NTM

La crítica estadounidense ha dicho de la serie *Hal & Harper* que "presenta un retrato familiar conmovedor" o que "escrita con agudeza, ofrece un equilibrio casi perfecto entre lo amargo y lo dulce". El elenco de la serie ya disponible en Movistar Plus+ también ha cosechado alabanzas como que "cada presencia es rica y digna de exploración" y esto se concretó, de hecho, en que la joven actriz Lili Reinhart (*Riverdale*) fue reconocida como la Mejor Actriz en la reciente edición del festival francés Series Mania.

Pero a pesar de premios como estos, de las buenas palabras de la crítica, y de haber sido exhibida también en Sundance en enero pasado, la serie aún no tiene canal de emisión en Estados Unidos.

Hal & Harper ha sido creada por el joven talento estadounidense Cooper Raiff (*Shithouse*), quien describe la historia como la de "dos hermanos codependientes a los que la pérdida de su madre, siendo muy niños, obliga a crecer demasiado rápido".

La sinopsis oficial resume que "Hal (Raiff) y Harper (Reinhart) son dos hermanos veinteañeros que, sin embargo, parecen anclados en su infancia. Los retiene el trauma no superado de la pérdida de su madre cuando eran niños. Ahora que su padre ha puesto en venta la casa familiar para comenzar una nueva vida con su pareja, Kate, con quien espera un nuevo bebé, sienten como si un terremoto hiriera los débiles cimientos que sustentaban sus vidas".

ACTORES ENTREGADOS Raiff, que con menos de 30 años ya ha aparecido en la lista Forbes como alguien a seguir en la industria audiovisual estadounidense, bromea con que no sabía quién era Lily Reinhart cuando empezó a escribir la serie "pero es raro, porque creo que fuimos hermanos en una vida pasada".

El joven realizador, que remarca que se divirtieron mucho durante el rodaje porque hubo mucha química entre todos los miembros del elenco, en el que también se encuentra Mark Ruffalo (*Spotlight*, *Pobres criaturas*), sostiene que no tenía intérpretes claros en mente "pero sí almas muy específicas" para los personajes mientras escribía.

Pero en ocasiones las estrellas deciden embarcarse en proyectos en principio menores por sus ajustados presupuestos y sin el respaldo de un gran estudio o plataforma de *streaming* que los respalde. Y esto es lo que ocurrió cuando los guiones, ya con la serie muy avanzada, llegaron a Ruffalo, en quien en ningún caso pensó nunca Raiff que fuera a decir que sí. "Era interesante ver que en el rodaje venía gente y decía "ah sí, es Mark Ruffalo"".

A falta sobre todo de quien apueste por *Hal & Harper* en Estados Unidos, su creador no descarta una segunda temporada. "Nos encantaría explorarlo", admite. ●



Imagen de la serie 'Hal & Harper' con cooper Raiff, Lily Reinhart y Mark Ruffalo. *Foto: Movistar Plus+*

Diario de Noticias

24 Abril, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 3656 €
ÁREA: 265 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7976
OTS: 74000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



'Hal & Harper', una historia familiar entre el drama y la comedia

Su actriz principal, Lily Reinhart, fue premiada como Mejor Actriz en el festival Series Mania

Julen Arriandiaga
NTM

PAMPLONA – La crítica estadounidense ha dicho de la serie *Hal & Harper* que "presenta un retrato familiar conmovedor" o que "escrita con agudeza, ofrece un equilibrio casi perfecto entre lo amargo y lo dulce". El elenco de la serie ya disponible en Movistar Plus+ también ha cosechado alabanzas como que "cada presencia es rica y digna de exploración" y esto se concretó, de hecho, en que la joven actriz Lili Reinhart (*Riverdale*) fue reconocida como la Mejor Actriz en la reciente edición del festival francés Series Mania.

Pero a pesar de premios como estos, de las buenas palabras de la crítica, y de haber sido exhibida también en Sundance en enero pasado, la serie aún no tiene canal de emisión en Estados Unidos.

Hal & Harper ha sido creada por el joven talento estadounidense Cooper Raiff (*Shithouse*), quien describe la historia como la de "dos hermanos codependientes a los que la pérdida de su madre, siendo muy niños, obliga a crecer demasiado rápido".

La sinopsis oficial resume que "Hal (Raiff) y Harper (Reinhart) son dos hermanos veinteañeros que, sin embargo, parecen anclados en su infancia. Los retiene el trauma no superado de la pérdida de su madre cuando eran niños. Ahora que su padre ha puesto en venta la casa familiar para comenzar una nueva vida con su pareja, Kate, con quien espera un nuevo bebé, sienten como si un terremoto hiriera los débiles cimientos que sustentaban sus vidas".

ACTORES ENTREGADOS Raiff, que con menos de 30 años ya ha aparecido en la lista Forbes como alguien a seguir en la industria audiovisual estadounidense, bromea con que no sabía quién era Lily Reinhart cuando empezó a escribir la serie "pero es raro, porque creo que fuimos hermanos en una vida pasada".

El joven realizador, que remarca que se divirtieron mucho durante el rodaje porque hubo mucha química entre todos los miembros del elenco, en el que también se encuentra Mark Ruffalo (*Spotlight, Pobres criaturas*), sostiene que no tenía intérpretes claros en mente "pero sí almas muy específicas" para los personajes mientras escribía.

Pero en ocasiones las estrellas deciden embarcarse en proyectos en principio menores por sus ajustados presupuestos y sin el respaldo de un gran estudio o plataforma de streaming que los respalde. Y esto es lo que ocurrió cuando los guiones, ya con la serie muy avanzada, llegaron a Ruffalo, en quien en ningún caso pensó nunca Raiff que fuera a decir que sí. "Era interesante ver que en el rodaje venía gente y decía "ah sí, es Mark Ruffalo"".

A falta sobre todo de quien apueste por *Hal & Harper* en Estados Unidos, su creador no descarta una segunda temporada. "Nos encantaría explorarlo", admite. ●



Imagen de la serie 'Hal & Harper' con cooper Raiff, Lily Reinhart y Mark Ruffalo. *Foto: Movistar Plus+*

DEIA – NOTICIAS DE GIPUZKOA – DIARIO NOTICIAS DE NAVARRA – DIARIO DE NAVARRA

‘Hal & Harper’, una historia familiar entre el drama y la comedia

Su actriz principal, Lily Reinhart, fue premiada como Mejor Actriz en el festival Series Mania



Imagen de la serie ‘Hal & Harper’ con cooper Raiff, Lily Reinhart y Mark Ruffalo. / Movistar Plus+

Julen Arriandiaga | NTM hace 10 horas

La crítica estadounidense ha dicho de la serie Hal & Harper que “presenta un retrato familiar conmovedor” o que “escrita con agudeza, ofrece un equilibrio casi perfecto entre lo amargo y lo dulce”. El elenco de la serie ya disponible en Movistar Plus+ también ha cosechado alabanzas como que “cada presencia es rica y digna de exploración” y esto se

concretó, de hecho, en que la joven actriz Lili Reinhart (Riverdale) fue reconocida como la Mejor Actriz en la reciente edición del festival francés Series Mania.

Pero a pesar de premios como estos, de las buenas palabras de la crítica, y de haber sido exhibida también en Sundance en enero pasado, la serie aún no tiene canal de emisión en Estados Unidos.

Hal & Harper ha sido creada por el joven talento estadounidense Cooper Raiff (Shithouse), quien describe la historia como la de "dos hermanos codependientes a los que la pérdida de su madre, siendo muy niños, obliga a crecer demasiado rápido".

La sinopsis oficial resume que "Hal (Raiff) y Harper (Reinhart) son dos hermanos veinteañeros que, sin embargo, parecen anclados en su infancia. Los retiene el trauma no superado de la pérdida de su madre cuando eran niños. Ahora que su padre ha puesto en venta la casa familiar para comenzar una nueva vida con su pareja, Kate, con quien espera un nuevo bebé, sienten como si un terremoto hiriera los débiles cimientos que sustentaban sus vidas".

Actores entregados

Raiff, que con menos de 30 años ya ha aparecido en la lista Forbes como alguien a seguir en la industria audiovisual estadounidense, bromea con que no sabía quién era Lily Reinhart cuando empezó a escribir la serie "pero es raro, porque creo que fuimos hermanos en una vida pasada".

El joven realizador, que remarca que se divirtieron mucho durante el rodaje porque hubo mucha química entre todos los miembros del elenco, en el que también se encuentra Mark Ruffalo (Spotlight, Pobres criaturas), sostiene que no tenía intérpretes claros en mente "pero sí almas muy específicas" para los personajes mientras escribía.

Pero en ocasiones las estrellas deciden embarcarse en proyectos en principio menores por sus ajustados presupuestos y sin el respaldo de un gran estudio o plataforma de streaming que los respalde. Y esto es lo que ocurrió cuando los guiones, ya con la serie muy avanzada, llegaron a Ruffalo, en quien en ningún caso pensó nunca Raiff que fuera a decir que sí. "Era interesante ver que en el rodaje venía gente y decía "ah sí, es Mark Ruffalo"". A falta sobre todo de quien apueste por Hal & Harper en Estados Unidos, su creador no descarta una segunda temporada. "Nos encantaría explorarlo", admite.

AQUÍtv

Movistar Plus+ estrena ‘Historia de un encuentro’, el relato de nuestro último siglo a través de los ojos de Telefónica



Desde 1924, año de nacimiento de Telefónica, nuestro mundo ha evolucionado y se ha transformado siempre acompañado de los avances tecnológicos sin los que no sería posible entender la sociedad actual. ‘Historia de un encuentro’ es un recorrido por nuestros últimos cien años desde un punto de vista humano, íntimo y cercano, un puente a nuestras raíces, a lo que nos hizo crecer, lo que nos cambió, desde el que reflexionar y pensar en el futuro. Estamos hechos de historias y esta es la nuestra.

Las claves

- El documental narra desde un punto de vista inédito episodios fundamentales de nuestra historia, como el asedio de Madrid durante la Guerra Civil, la evolución laboral de la mujer o el papel clave de España en la llegada del hombre a la Luna
- Cuenta con los testimonios de grandes figuras de la cultura nacional como el escritor Javier Cercas, el paleontólogo Juan Luis Arsuaga, la arquitecta Belén Moneo, el escultor Jaume Plensa, la investigadora Remedios Zafra, la filósofa Isabel Fernández Peñuelas y los cineastas Javier Calvo y Javier Ambrossi, entre otros.

- También prestan su testimonio personalidades vinculadas a Telefónica como el ex director de la compañía Julio Linares, la embajadora de Telefónica Teresa Perales o las históricas operadoras de telefonía Ana Páramo, Raquel Hervás o Magdalena Martín.
- La actriz Marian Álvarez presta su voz a la narración que conduce el documental.
- El prestigioso artista gráfico Javier Jaén firma las tres versiones del cartel de 'Historia de un encuentro'.

Ficha Técnica

Producción ejecutiva: Domingo Corral, Guillermo Farré, Guillermo Rojas
Dirección: Pedro Díaz
Guion: Laura Hojman, Julio León
Dirección de producción: José Carlos de Isla
Fotografía: Yousef Daoud, Sergio Caro
Dirección de arte: Israel Sánchez, Fran Pérez
Montaje: Manuel Terceño
Sonido: Roberto Alonso, Bernat Gras, Chule Espada, Pablo Demichelis
Postproducción de sonido: Alonso Velasco
Música: Lucas Vidal
Participantes: Javier Cercas, Remedios Zafra, Belén Moneo, Jeff Brock, Juan Luis Arsuaga, Javier Calvo, Javier Ambrossi, Julio Linares, Jaume Plensa, Enrique Blanco Nadales, José Manuel Grandela Durán, Juan Matute De Cárdenas, María Teresa Nieto, Teresa Perales, Saul García,Magdalena Martín, Francisco Javier Almenara, Ainhoa Razkin, Raquel Hervás, Ana Páramo
Narradora: Marian Álvarez
Duración: 77 minutos

Levante
EL MERCANTIL VALENCIANO

PAÍS: España
PÁGINAS: 51
AVE: 743 €
ÁREA: 8 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7512
OTS: 80000
SECCIÓN: TELEVISION

24 Abril, 2025



Documental

Movistar+ lanza «Historia de un encuentro»

Movistar+ estrena hoy *Historia de un encuentro*, un documental en colaboración con Summer Films, que recorre los 100 años de historia de Telefónica ligados a la evolución social y tecnológica de España. Escrito por Laura Hojman y dirigido por Pedro Díaz, cuenta con Javier Cercas, Juan Luis Arsuaga, Isabel Fernández Peñuelas, Belén Moneo, Jaume Plensa, Javier Calvo y Javier Ambrossi. La actriz Marian Álvarez pone voz. **L-EMV**

Levante-EMV



Un instante del documental.

MOVISTAR ANUNCIA FECHA PARA ‘EL CAMINO ESTRECHO’

Chris Pattersonabril 23, 2025



Movistar Plus+ nos confirma hoy miércoles la fecha de estreno en España de una de las series internacionales más destacadas de los últimos meses, The Narrow Road to the Deep North, una adaptación de la novela del autor australiano Robert Flanagan que cuenta con Jacob Elordi (Euphoria) como protagonista. La ficción llega a la plataforma nacional el 29 de mayo y lo hace completa, con el lanzamiento de sus cinco episodios.

Año 1943, II Guerra Mundial, frente del Pacífico. Dorrigo Evans, oficial médico australiano, es capturado por los japoneses como prisionero de guerra y obligado a trabajar en la construcción del ferrocarril entre Tailandia y Birmania. Pasa los días intentando conservar la vida atormentado por el recuerdo de su aventura con la mujer de su tío.

Basada en ‘El camino estrecho al norte profundo’, del mencionado Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre, la miniserie fue presentada en la última Berlinale; una mezcla de drama bélico y romance, una historia hermosa y desgarradora sobre la fortaleza del espíritu humano. Con guion de Shaun Grant (Nitram), dirige

Justin Kurzel, con quien ya colaboró en dicha película. Supo desde el principio que Jacob Elordi era el actor indicado para el papel. ‘Se necesitó una especial dedicación y concentración de todos los actores elegidos para interpretar a soldados, ya que experimentaron una dramática pérdida de peso para interpretar a estos prisioneros de guerra’.

Completan el cast los actores Odessa Young (The Staircase), Olivia deJonge (The Staircase), Simon Baker (The Mentalist) y Ciarán Hinds (The Terror), entre otros.

Deportes

Mutua Madrid Open 2025, en directo y al completo en Movistar Plus+

22 de abril de 2025



Madrid se convierte en la capital del tenis durante estas dos semanas. Las mejores raquetas del mundo se instalan en La Caja Mágica desde este martes 22 de abril hasta el domingo 4 de mayo y Movistar Plus+ estará allí para contar todo lo que ocurra en las pistas.

Carlos Alcaraz, Paula Badosa, Andréi Rublev, Stefanos Tsitsipás, Arnya Sabalenka, Novak Djokovic… Todos ellos están preparados para dejarlo todo y conseguir un hueco en la ansiada final del 4 de mayo en la pista Manolo Santana. Está todo listo para que de comienzo una de las citas más importantes del calendario tenístico.

El Mutua Madrid Open se podrá ver en directo y al completo en Movistar Plus+. Los canales de Deportes por M+ serán los encargados de retransmitir todo lo que ocurra en la tierra de Madrid. El Mutua Madrid Open estará disponible a través de los canales de Deportes por M+, Movistar Plus+ (dial 7), Vamos por M+ (dial 8) y Ellas Vamos por M+ (dial 66).

La plataforma ha preparado un despliegue técnico y humano acorde con la importancia de la cita. Equipazo espectacular de tenis en Movistar Plus+ con Álex Corretja, José Antonio Mielgo, Miguel Ángel Calleja, MAC, Roberto Carretero, Sara Giménez, Borja Zugadi, Irene Gómez, Silvia Soler, Ana Salas, Tincho Rodríguez, Enrique Pastor, Óscar de Castro, Fer López Hervás, Josean Redondo, Quino Muñoz y Raúl Benito.

La tierra batida de Madrid se prepara para acoger, un año más, el mejor tenis del mundo. La 23º edición del Mutua Madrid Open llega con un Carlos Alcaraz en plena forma. Tras su victoria en Montecarlo y llegar a la final del Conde Godó, el murciano quiere aprovechar el factor de jugar en casa para recuperar el segundo puesto del ranking ATP.

Otro de los alicientes de esta edición es la vuelta de Novak Djokovic. El serbio, campeón en las ediciones de 2011, 2016 y 2019, reaparecerá en las pistas madrileñas tras dos años de ausencia. A este gran regreso se juntan raquetas de primer nivel como Zverev, Tsitsipás o Medvedev para completar un cartel masculino de primer nivel.

El torneo femenino nos trae a Paula Badosa, actual número 9 del mundo, con las pilas cargadas una vez superada su lesión de espalda. La tenista catalana espera dar un buen nivel y superar esas semifinales del año 2021, pero el camino no va a ser fácil. Hay posibilidades de un cruce con Aryna Sabalenka, amiga personal y actual número 1 del mundo, en unos hipotéticos cuartos de final. Los partidos del Mutua Open femenino se podrán ver en Ellas Vamos por M+ (dial 66).

Los mejores partidos del Mutua Madrid Open, disponibles para todos

No te pierdas lo mejor del Mutua Madrid Open en Movistar Plus+. Gracias a la nueva oferta de Movistar Plus+, podrás ver los mejores partidos de este torneo seas del operador que seas. Además del Mutua Madrid Open, podrás disfrutar de un partido de LALIGA por jornada, la vuelta de las semifinales de la Champions League entre Barça e Inter o los Playoffs de la NBA. Todo ello, junto a las mejores series y el mejor cine, por solo 9,99€/mes.



Mutua Madrid Open 2025, en directo y al completo en Movistar Plus+

22 de abril de 2025

Madrid se convierte en la capital del tenis durante estas dos semanas. Las mejores raquetas del mundo se instalan en La Caja Mágica desde este martes 22 de abril hasta el domingo 4 de mayo y Movistar Plus+ estará allí para contar todo lo que ocurra en las pistas.

Carlos Alcaraz, Paula Badosa, Andréi Rublev, Stefanos Tsitsipás, Arnya Sabalenka, Novak Djokovic… Todos ellos están preparados para dejarlo todo y conseguir un hueco en la ansiada final del 4 de mayo en la pista Manolo Santana. Está todo listo para que de comienzo una de las citas más importantes del calendario tenístico

El Mutua Madrid Open se podrá ver en directo y al completo en Movistar Plus+. Los canales de Deportes por M+ serán los encargados de retransmitir todo lo que ocurra en la tierra de Madrid. El Mutua Madrid Open estará disponible a través de los canales de Deportes por M+, Movistar Plus+ (dial 7), Vamos por M+ (dial 8) y Ellas Vamos por M+ (dial 66).

La plataforma ha preparado un despliegue técnico y humano acorde con la importancia de la cita. Equipazo espectacular de tenis en Movistar Plus+ con Álex Corretja, José Antonio Mielgo, Miguel Ángel Calleja, MAC, Roberto Carretero, Sara Giménez, Borja Zugadi, Irene Gómez, Silvia Soler, Ana

Salas, Tincho Rodríguez, Enrique Pastor, Óscar de Castro, Fer López Hervás, Josean Redondo, Quino Muñoz y Raúl Benito.

elCorreoGallego

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 1420 €
ÁREA: 161 CM² - 39%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3958
OTS: 36000
SECCIÓN: TV-ESPECTACULOS

24 Abril, 2025



Jamie Roy y Harriet Slater como Brian Fraser y Ellen MacKenzie. | Movistar+

La precuela de la exitosa 'Outlander' llegará a Movistar+ el 9 de agosto

La nueva entrega se centrará en la vida y la relación de los padres de los protagonistas de la serie original

RODRIGO PAZ
Santiago

Outlander: Sangre de mi sangre, la esperada precuela de la exitosa *Outlander* ya tiene fecha de estreno. Será el sábado 9 de agosto en Movistar+, tan solo unas horas después de su emisión en EEUU y, desde ese día, se emitirá un capítulo cada sábado hasta completar los diez episodios que compondrán la serie.

La ficción, una precuela independiente de la *Outlander* original producida por Sony Pictures Television, nos trasladará a los campos de batalla devastados por la Primera Guerra Mundial, pero también a las extensas tierras altas de la Escocia del siglo XVIII para acercarnos dos nuevas historias de amor llenas de lealtad, pasión y deseo. Todo ello al tiempo que se relata el origen de aquellos personajes favoritos de los *fans* que protagonizan las primeras temporadas de *Outlander* y se ofrecen nuevas perspectivas que cambiarán lo que los seguidores creen saber de la serie original.

En concreto, *Outlander: Sangre de mi sangre* explora la vida y la relación de los padres de Claire, Henry Beauchamp (Jeremy Irvine) y Julia Moriston (Hermione Corfield), y los padres de Jamie, Brian Fraser (Jamie Roy) y Ellen MacKenzie (Harriet Slater). Dos jóvenes parejas que desafían a las fuerzas que intentan separarlas en una precuela en la que completan el reparto Tony Curran como Simon Fraser, Séamus McLean Ross como Colum MacKenzie, Sam Retford como Dougal MacKenzie, Rory Alexander como Murtagh Fitzgibbons Fraser y Conor MacNeill como Ned Gowan, entre otros.



Jeremy Irvine y Hermione Corfield, en 'Outlander: Sangre de mi sangre'. | Movistar+

Diario de Burgos

PAÍS: España
PÁGINAS: 69
AVE: 2545 €
ÁREA: 423 CM² - 63%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5441
OTS: 58000
SECCIÓN: TELEVISION

23 Abril, 2025



FICCIÓN | PROTAGONIZADA POR CUATRO PERSONAJES

La precuela de 'Outlander' llegará el 9 de agosto a Movistar Plus+

La serie traslada a los espectadores desde los campos de batalla de la Primera Guerra Mundial hasta las Tierras Altas de la Escocia del siglo XVIII, prometiendo dos nuevas historias de amor

SPC

La esperada precuela *Outlander: Sangre de mi sangre* se estrenará en Movistar Plus+ el próximo 9 de agosto, horas después de su debut en Estados Unidos. Además, la serie ya ha publicado los nuevos carteles que muestran a las dos parejas protagonistas: Julia Moriston (Hermione Corfield) y Henry Beauchamp (Jeremy Irvine), y Ellen MacKenzie (Harriet Slater) y Brian Fraser (Jamie Roy).

Esta ficción traslada a los espectadores desde los campos de batalla devastados por la Primera Guerra Mundial hasta las extensas Tierras Altas de la Escocia del siglo XVIII, prometiendo dos nuevas historias de amor llenas de lealtad, pasión y deseo, al tiempo que las jóvenes parejas protagonistas desafían a las fuerzas que intentan separarlas. El eterno drama romántico se estrenará en la plataforma digital el próximo 9 de agosto con el primer episodio de la serie. Cada sábado se emitirá un nuevo capítulo disponible.

Outlander: Sangre de mi sangre es una precuela independiente de la *Outlander* original, que presenta un nuevo reparto, personajes e historias que atraparán a los espectadores no familiarizados con el universo de la serie original, al tiempo que relata el origen de aquellos personajes favoritos de los fans que protagonizan las primeras temporadas de la producción primigenia. Además, la serie descubrirá nuevas perspectivas que cambiarán lo que creen saber los seguidores de la serie original.

Esta nueva creación explora la vida y la relación de los padres de Claire, Henry Beauchamp (Jeremy Irvine) y Julia Moriston (Hermione Corfield) y los progenitores de Jamie, Brian Fraser (Jamie Roy) y Ellen MacKenzie (Harriet Slater). Completan el reparto Tony Curran como Simon Fraser, Lord Lovat como Séamus McLean Ross como Colum MacKenzie, Sam Retford como Dougal MacKenzie, Rory Alexander como Murtagh Fitzgibbons Fraser y Conor MacNeill como Ned Gowan.

Matthew B. Roberts es el *showrunner* de la serie y también productor ejecutivo junto con Ronald D. Moore, Maril Davis y Jim Kohlberg. *Outlander: Sangre de mi sangre* está producida por Sony Pictures Television.

ELLAS EN LA CIUDAD. Por otro lado, Movistar Plus+ estrenará el próximo 22 de mayo el documental *Ellas en la ciudad*, una producción que ofrece un retrato de la periferia de Sevilla, una zona que se ha desarrollado en silencio frente a la cara más conocida y turística de la capital andaluza.

Está protagonizado por la generación de mujeres que pobló los barrios de las afueras de la ciudad construidos en los 70. A través de sus vidas en tres barrios, descubrimos cómo ellas son el sostén de una localidad que les da la espalda. Los relatos hablan de género, cuidados, urbanismo, educación y luchas políticas. Sus testimonios son imprescindibles para conocer, desde la perspectiva de género, el patrimonio cultural de nuestro país y la transformación de nuestros municipios en los últimos 50 años.

Su directora, Reyes Gallegos, asegura «que es la historia de una generación mujeres, la mayoría de ellas procedían del campo o de humildes casas de vecinos, y se encontraron con un paisaje completamente distinto: una ciudad hostil diseñada por hombres. Unos barrios aislados e inacabados de interminables bloques de hormigón carentes de servicios. Sin embargo, tuvieron la capacidad de transformarlos».

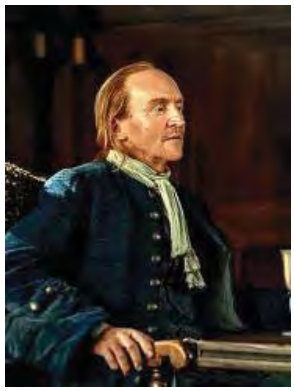
«Es un homenaje a la lucha invisibilizada de estas mujeres, para rescatarla y sumarla a la memoria de las ciudades, pero también es una reflexión que me parece muy necesaria hacer hoy sobre el futuro de las mismas, y sobre nuestro papel como sociedad respecto a nuestros logros y al patrimonio inmaterial que ellas han construido».



Relata el origen de aquellas figuras favoritas de los fans que aparecen en las primeras temporadas.



Constará de 10 episodios y cada semana se estrenará uno.



Una imagen del rodaje.

Explora la vida y la relación de los padres de Claire y los de **Jamie**

CINE Y TELEVISIÓN

La precuela de 'Outlander' llegará el 9 de agosto a Movistar

SPC - miércoles, 23 de abril de 2025

La serie traslada a los espectadores desde los campos de batalla de la Primera Guerra Mundial hasta las Tierras Altas de la Escocia del siglo XVIII, prometiendo dos nuevas historias de amor



Relata el origen de aquellas figuras favoritas de los fans que aparecen en las primeras temporadas. - Foto: Movistar Plus+

La esperada precuela Outlander: Sangre de mi sangre se estrenará en Movistar Plus+ el próximo 9 de agosto, horas después de su debut en Estados Unidos. Además, la serie ya ha publicado los nuevos carteles que muestran a las dos parejas protagonistas: Julia Moriston (Hermione Corfield) y Henry Beauchamp (Jeremy Irvine), y Ellen MacKenzie (Harriet Slater) y Brian Fraser (Jamie Roy).

Esta ficción traslada a los espectadores desde los campos de batalla devastados por la Primera Guerra Mundial hasta las extensas Tierras Altas de la Escocia del siglo XVIII, prometiendo dos nuevas historias de amor llenas de lealtad, pasión y deseo, al tiempo que las jóvenes parejas protagonistas desafían a las fuerzas que intentan separarlas. El eterno drama romántico se estrenará en la plataforma digital el próximo 9 de agosto con el primer episodio de la serie. Cada sábado se emitirá un nuevo capítulo disponible.

Outlander: Sangre de mi sangre es una precuela independiente de la Outlander original, que presenta un nuevo reparto, personajes e historias que atraparán a los espectadores no familiarizados con el universo de la serie original, al tiempo que relata el origen de aquellos personajes favoritos de los fans que protagonizan las primeras temporadas de la producción primigenia. Además, la serie descubrirá nuevas perspectivas que cambiarán lo que creen saber los seguidores de la serie original.

Esta nueva creación explora la vida y la relación de los padres de Claire, Henry Beauchamp (Jeremy Irvine) y Julia Moriston (Hermione Corfield) y los progenitores de Jamie, Brian Fraser (Jamie Roy) y Ellen MacKenzie (Harriet Slater). Completan el reparto Tony Curran como Simon Fraser, Lord Lovat como Séamus McLean Ross como Colum MacKenzie, Sam Retford como Dougal MacKenzie, Rory Alexander como Murtagh Fitzgibbons Fraser y Conor MacNeill como Ned Gowan.

Matthew B. Roberts es el showrunner de la serie y también productor ejecutivo junto con Ronald D. Moore, Maril Davis y Jim Kohlberg. Outlander: Sangre de mi sangre está producida por Sony Pictures Television.

Ellas en la ciudad

Por otro lado, Movistar Plus+ estrenará el próximo 22 de mayo el documental Ellas en la ciudad, una producción que ofrece un retrato de la periferia de Sevilla, una zona que se ha desarrollado en silencio frente a la cara más conocida y turística de la capital andaluza.

Está protagonizado por la generación de mujeres que pobló los barrios de las afueras de la ciudad construidos en los 70. A través de sus vidas en tres barrios, descubrimos cómo ellas son el sostén de una localidad que les da la espalda. Los relatos hablan de género, cuidados, urbanismo, educación y luchas políticas. Sus testimonios son imprescindibles para conocer, desde la perspectiva de género, el patrimonio cultural de nuestro país y la transformación de nuestros municipios en los últimos 50 años.

Su directora, Reyes Gallegos, asegura «que es la historia de una generación mujeres, la mayoría de ellas procedían del campo o de humildes casas de vecinos, y se encontraron con un paisaje completamente distinto: una ciudad hostil diseñada por hombres. Unos barrios aislados e inacabados de interminables bloques de hormigón carentes de servicios. Sin embargo, tuvieron la capacidad de transformarlos».

«Es un homenaje a la lucha invisibilizada de estas mujeres, para rescatarla y sumarla a la memoria de las ciudades, pero también es una reflexión que me parece muy necesaria hacer hoy sobre el futuro de las mismas, y sobre nuestro papel como sociedad respecto a nuestros logros y al patrimonio inmaterial que ellas han construido».

INFORMACIÓN PUBLICADA POR TRIBUNA DE LEÓN, TRIBUNA DE ÁVILA, TRIBUNA DE ZAMORA, TRIBUNA DE SALAMANCA, TRIBUNA DE SEGOVIA, TRIBUNA DE BURGOS, DIARIO DE BURGOS, DIARIO PALENTINO, DIARIO DE ÁVILA, LA TRIBUNA DE ALBACETE, LA TRIBUNA DE CIUDAD REAL, LA TRIBUNA DE TOLEDO, LA TRIBUNA DE CUENCA, LA TRIBUNA DE GUADALAJARA, EL DÍA DE SEGOVIA, EL DÍA DE SORIA, EL DÍA DE VALLADOLID



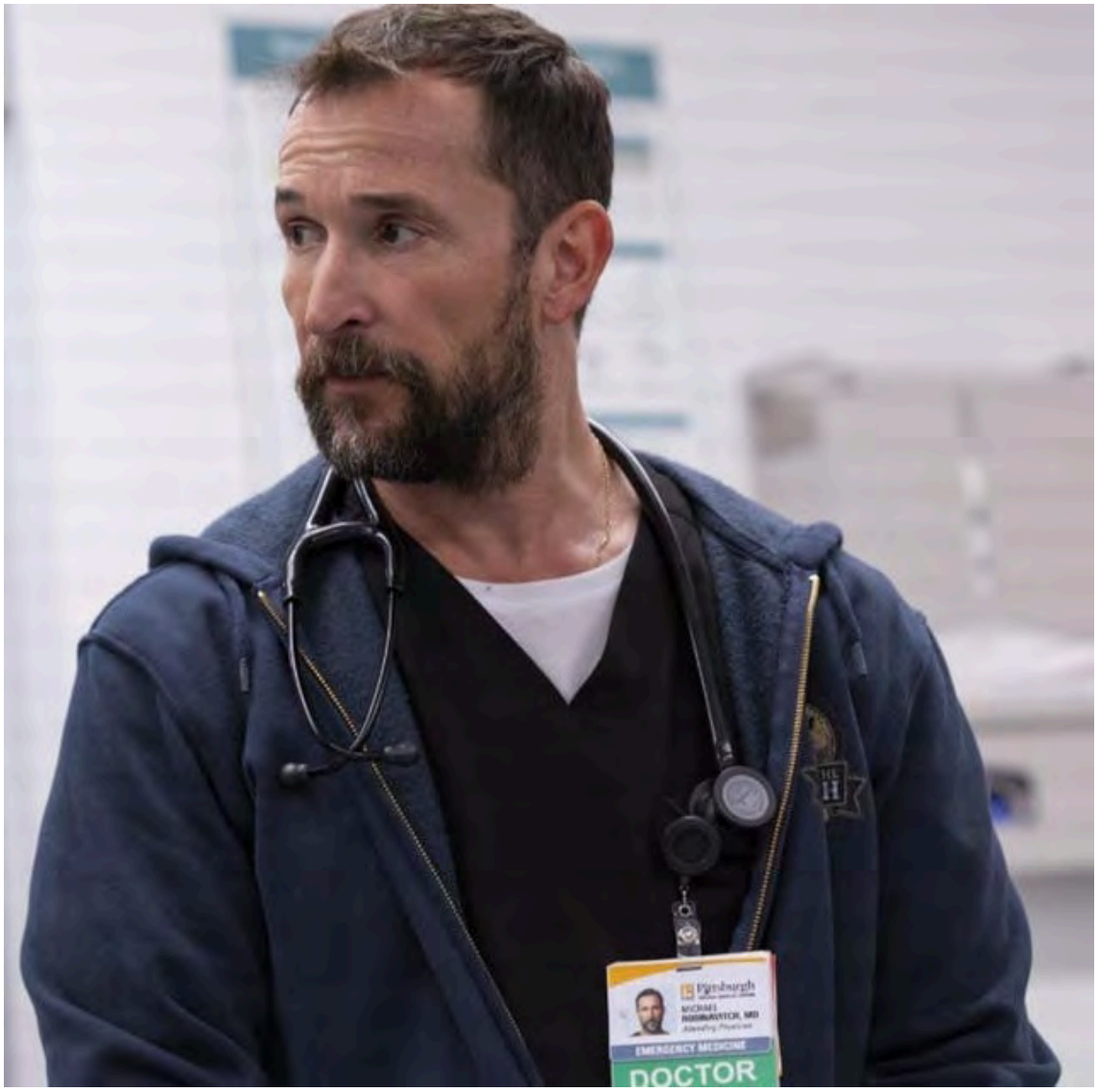
ELLE

Living Ocio y cultura

Esta adictiva serie de médicos que puedes ver en Movistar Plus+ no la conoce casi nadie, pero podría llevarse más premios Emmy que 'Separación' y es tan buena como 'Urgencias'

Emocionante, con una narrativa muy especial y una crítica a la saturación del sistema sanitario: así es la serie de médicos que podría arrasar en los Emmy.

Por Begoña Alonso23/04/2025



Noah Wyle

Es uno de los primeros premios de la industria con los que nos encontramos a la vuelta de vacaciones: cada mes de septiembre, se entregan los Premios Emmy que reconocen los mejores trabajos televisivos. Este año, conoceremos a los ganadores de los 77º Premios Emmy el 14 de septiembre y los nominados serán anunciados el próximo 15 de julio. Aunque parezca pronto, el tiempo pasa volando y ya son muchas las quinielas abiertas sobre las series que serán nominadas. Era la segunda temporada de 'Separación' ['Severance'] la que encabezaba todas las apuestas... hasta ahora que ha aparecido un duro contrincante.

Se trata de 'The Pitt', una fabulosa serie de médicos que puedes ver en Movistar Plus+, que ha pasado desapercibida por el momento en España pero que dicen que tiene muchas papeletas de ser la serie con más Emmys de 2025. De hecho, comentan los medios especializados que su protagonista, Noah Wyle, le podría arrebatar el Emmy al Mejor actor en serie dramática a Adam Scott, el megafavorito por 'Separación'.

El género de médicos, con más o menos hincapié en lo procedimental, siempre ha tenido muchísimo éxito entre el público, pero repitiendo fórmulas. Sin embargo 'The Pitt' me parece bastante más relevante que otras; con ese formato que tanto me ha recordado a '24' aspira a establecer una identidad propia.



'The Pitt' está protagonizada por Noah Wyle, que te puede sonar como uno de los actores (¿casualidad?) de 'Urgencias'. De esta mítica serie, también procede su equipo creativo e incluso el decorado de la sala de emergencias lo recuerda. La serie se sitúa en Pittsburgh, y el nombre del hospital, Pittsburgh Medical Trauma Hospital, da lugar al juego de palabras 'The Pitt'.

'The Pitt': una mezcla entre 'Urgencias' y '24'

Wyle interpreta a un médico experimentado y empático, 'Robby' Rabinovich, muy distinto a su papel de estudiante en 'Urgencias'. Una de las mayores diferencias con el género es el formato: cada episodio cubre una hora del turno de Robby, desde las 7 a.m. hasta las 10 p.m. (de ahí lo de '24'). Esta narrativa casi en tiempo real permite una inmersión más intensa y realista en el caos cotidiano de un hospital.

'The Pitt' adapta la fórmula al contexto actual. Aunque mantiene el enfoque en temas urgentes como la crisis de los opioides y la pandemia, lo hace con un ritmo frenético que refleja el estrés que viven los trabajadores sanitarios. Ese ritmo llega también a los pacientes en la sala de espera, otros protagonistas, con una crítica sobre el sistema de salud estadounidense que en España, asimismo, padecemos.



El reparto es amplio y diverso. Entre los colegas de Robby destacan Dana Evans (Katherine LaNasa), una enfermera jefa con carácter firme; la doctora McKay (Fiona Dourif), una residente mayor y madre soltera; y la doctora Santos (Isa Briones), una novata arrogante que empieza a enfrentarse con la dura realidad del trabajo.

Dirigida por John Wells, 'The Pitt' establece con claridad el espacio físico del hospital y resulta muy creíble con detalles como el uso constante de lenguaje médico o el flujo de pacientes procedentes de residencias a primera hora del día. No obstante, la serie no escapa por completo a la exageración dramática, acumulando casos extremos que a veces parecen más ficción que vida real.

Aun así, 'The Pitt' se une a una nueva ola de series médicas que retratan los hospitales como espacios sanitarios sobrecargados, más que como templos heroicos. Robby, afectado por la muerte de su mentor durante la pandemia, logra equilibrar calidez humana y realismo, liderando a su equipo y al espectador a través de una jornada intensa y conmovedora. Cuidado, Ben Stiller, porque 'The Pitt' tiene todos los ingredientes para convertirse en una de las grandes series del año.