RESUMEN DE MEDIOS — VIERNES, 23 DE MAYO DE 2025

TEMAS DEL DÍA

PLATAFORMAS: HÁBITOS DE CONSUMO

El 28% de los consumidores está muy abierto a cambiar de plataforma de `streaming' en España; un 45%, poco o nada (2Playbook)

Uno de cada tres consumidores se muestra abierto a cambiar de marca, según Panorama By Kantar (Europa Press)

Lo local y el uso crítico de los datos, clave para el éxito de las plataformas audiovisuales españolas (Panorama Audiovisual)

Responsables de plataformas debaten sobre los nuevos hábitos de consumo audiovisual en Los Desayunos de la Academia de TV (Audiovisual 451)

PREMIOS FUGAZ

Los Premios Fugaz del cortometraje anuncian los nominados de su IX edición (VARIOS)

FESTIVAL DE CANNES

Buena acogida crítica en Cannes a las dos películas españolas en competición: `Sirât' y `Romería' (EL PAÍS)

Festival de Cannes 2025 día 8: 'Romería' y 'Sirat', dos joyas españolas que dejan huella y podrían alzarse con la Palma de Oro (Sensacine)

"Sirât" descarrila las expectativas (Elisa Giudici en The Film Experience)

Crítica de Cannes: «Sirat» es un viaje al infierno (Wael Khairy en Cairo Scene)

"Sirât": La emocionante parábola del desierto de Oliver Laxe deja que la música tome el control (Mark Asch en BFI)

El otro cine español en Cannes: nuestro audiovisual saca pecho entre brujas y criptosectas (Klnótico)

FICCIÓN ORIGINAL

LOS SIN NOMBRE

Movistar Plus+ lanza el tráiler oficial de 'Los sin nombre' (VARIOS)

MARBELLA

El Ayuntamiento de Algeciras defiende el rodaje de "Marbella" por su repercusión económica y asegura que no se nombra a la ciudad (Europa Sur)

NO FICCIÓN ORIGINAL

LAS BERROCAL

«Las Berrocal», una terapéutica docuserie llena de secretos familiares (La Voz de Galicia)

Vicky Martín Berrocal, la nueva "Kardashian": "Esta serie ha sido terapeútica" (El Día)

Ana Jiménez, experta en marca personal: "Las Berrocal' tiene un potencial enorme, pero también riesgos considerables para Vicky" (La Vanguardia)

Manuel Díaz 'El Cordobés' habla sin reparo sobre el documental de Vicky Martín Berrocal y su hija: "Me dio miedo al saberlo" (El Español)

El día que Marisa, la hermana paterna de Vicky Martín Berrocal, estalló: "Hay dos vidas; la real y la que se han inventado" (El Español)

CINE ORIGINAL

LA BOLA NEGRA

Guitarricadelafuente: "Descubrí la zanfona en Lugo y me transformó" (El Progreso)

PIRATERÍA

¿Cómo funciona la piratería digital y quién la sostiene? Este foro abordará todas las claves (El Confidencial/LaLiga)

Condena de 2 años de prisión a un individuo por comercialización ilegal de partidos de LaLiga en hostelería (Europa Press)

DEPORTE Y TV

Disney irrumpe en el fútbol femenino y se hace con los derechos de la Champions League (The Guardian)

Barça-Arsenal: una final de Champions femenina con 25 millones de inversión en el césped (2Playbook)

Derechos televisivos: los detalles de la propuesta de DAZN para apoyar al canal de la Liga francesa (RMC Sport)

Televisa acuerda con DAZN ofrecer el Mundial de Clubes en México (MARCA)

La Bundesliga firma a Telenet como socio audiovisual en Bélgica para el ciclo 2025-2029 (2Playbook)

Botín europeo: 400 millones para siete clubes españoles (Expansión)

Grup Mediapro refuerza su relación con FIBA como 'host broadcaster' de la BCL (2Playbook)

La final de la Premier League 2 no se verá en televisión por la disputa entre Manchester City y Southampton (The Athletic)

El CEO de TNT Sports habla sobre Roland Garros, los Upfront y los Playoffs de la NBA (Sport Business Journal)

Los playoffs de la NBA arrancan con un crecimiento de las audiencias tras el nuevo acuerdo de derechos (The Wrap)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

El rejón silencioso de los toros en televisión: Los derechos de imagen de las corridas retransmitidas se han convertido en el gran tabú (EL PAÍS)

"Sálvame' no lo veían rojos y maricones": cómo TVE se comió el fiasco televisivo del año (El Confidencial)

Eurovisión y 'La familia de la tele', temas de interés nacional (Natalia Marcos en su newsletter de EL PAÍS)

El desinterés de TVE por sus propias series: promoción intermitente, horarios intempestivos y cesión a plataformas (El Independiente)

La justicia condena a Mediaset al pago de 45 M€ por Pasapalabra (DirComfidencial)

Socios de Secuoya y Banca March lanzan fondo para financiar audiovisuales en España (TTV News)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Cuatro razones por las que el mercado estadounidense de SVOD sigue creciendo (ScreenMedia)

El nuevo paradigma de la programación: cómo las 20:00h se han convertido en "el mejor horario para ver TV en directo" (Deadline)

Tu serie no es nada si no crea un universo más allá de la pantalla (The Hollywood Reporter)

¿Puede Twitch convertirse en YouTube antes de que YouTube se convierta en Twitch? (Puck)

El 40% de los usuarios de YouTube en Latam consumen series y películas en la plataforma, revela Ampere (Cveintiuno, TTV News)

LA Screenings 2025 en siete conclusiones (Cveintiuno)

Cinco shows de los estudios que generaron interés entre los buyers en LA (Cveintiuno)

TelevisaUnivision y Disney Entertainment anuncian nueva alianza de distribución VARIOS)

Disney demanda a YouTube por robarle un ejecutivo (The Hollywood Reporter)

Por qué Max vuelve a ser HBO Max: un rebranding que sigue necesitando a la marca HBO (Reason Why)

Los ingresos y los beneficios trimestrales del área de cine de Lionsgate crecen tras la separación de Starz (Variety)

Google revoluciona la IA con el lanzamiento de Flow, capaz de crear videos con audio y estilo cinematográfico (Cveintiuno)

¿Y si hacer dibujos animados fuera un 90 % más barato? La IA aún no ha revolucionado Hollywood. Pero está empezando a abrirse camino en la animación (The New York Times)

Hollywood según los estudiantes de secundaria: sus gustos, las estrellas que ven y las franquicias que marcan la diferencia (Puck)

MOVISTAR PLUS+

"El camino estrecho": la anticipación del horror (La Vanguardia - QueFem?)

La gran serie bélica que pone a prueba los límites del espectador (La Vanguardia)

"El camino estrecho": romance bélico (Teletodo)

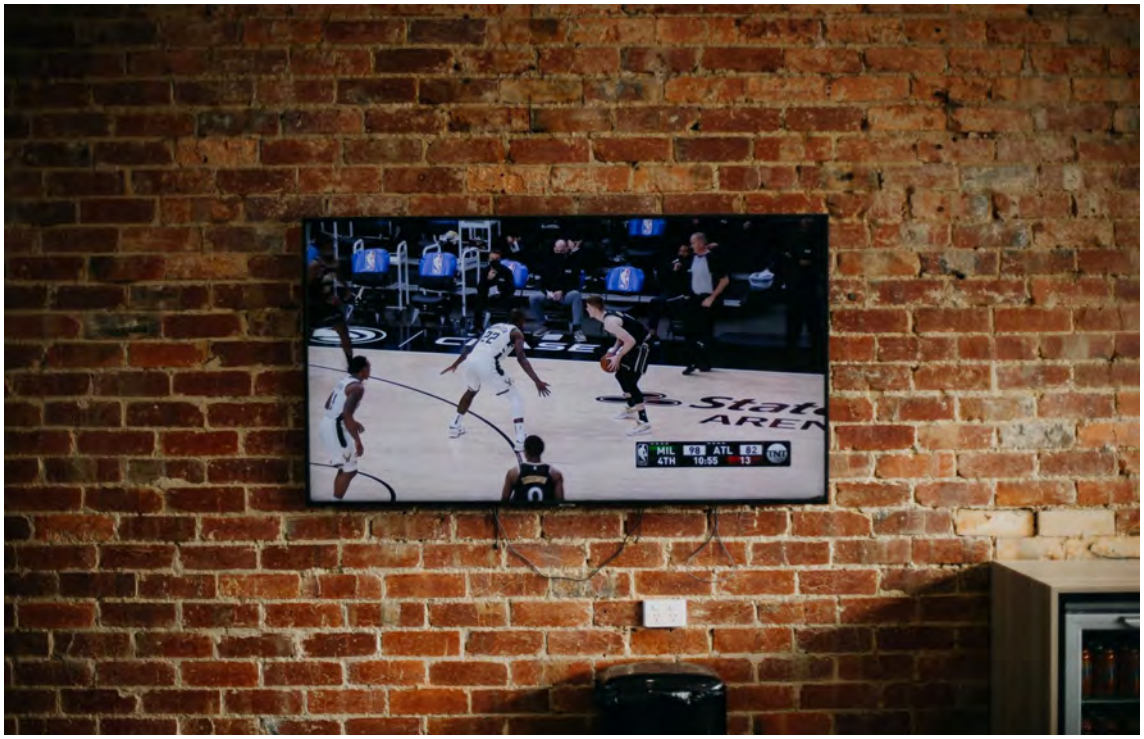
"El camino estrecho", entre las series destacadas de la semana (Grupo VOCENTO)

Movistar Plus+ estrena 'Obesidad infantil. La pandemia ignorada', un documental original de TBS y que nace de la mano de la Gasol Foundation (AquiTV)

2Playbook

El 28% de los consumidores está muy abierto a cambiar de plataforma de 'streaming' en España

El 45% de los españoles afirma estar nada o poco abierto al cambio, un porcentaje que cae entre el público más jóven, que se muestra más predispuesto a cambiar de proveedor de 'streaming'.

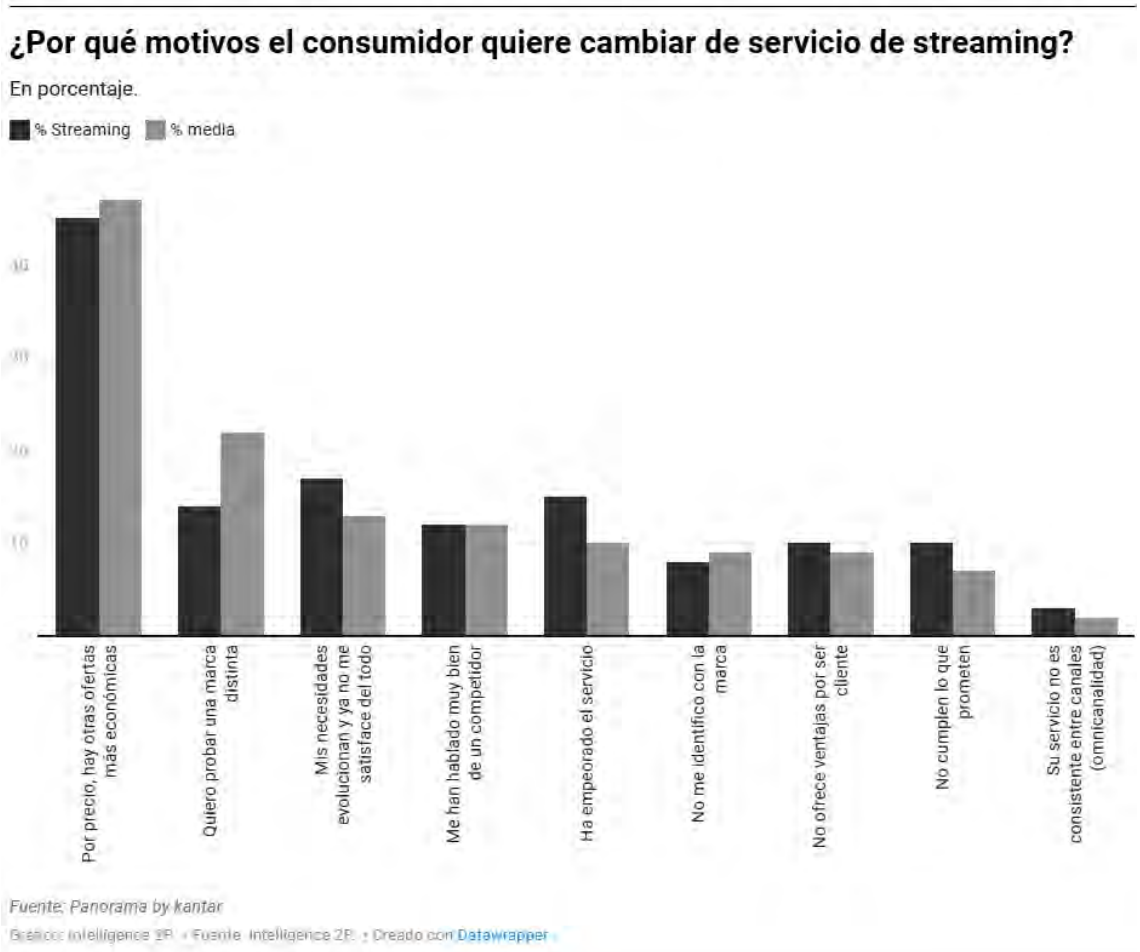


Patricia López 23 de mayo de 2025

La infidelidad a las plataformas de televisión en streaming como Netflix, HBO Max y Movistar+ se mantiene baja en España, con un 28% de los consumidores declarándose muy o bastante abierto a cambiar de marca, según el informe Panorama by Kantar correspondiente al primer trimestre de 2025.

Por ponerlo en contexto, sólo otras tres categorías superan en fidelidad del consumidor a las OTT. Las OTT son la cuarta categoría en fidelidad por parte de los consumidores. Le superan la marca de cerveza o refresco, el ecommerce donde suelen hacer sus compras y la marca de teléfono móvil, pues entre un 26% y un 27% se plantea cambiar. Preguntados por la apertura a cambiar de plataforma audiovisual, el 45% de los españoles afirma estar nada o poco abierto al cambio.

Además, afortunadamente para el sector, se da una elevada complementariedad y tasa de uso múltiple. Es decir, es habitual que los consumidores cuenten con varias suscripciones activas. Según el ranking de OTTs en la televisión conectada de Barlovento, para el que también usa datos de Kantar, Netflix cuenta con 17,1 millones de espectadores únicos en España, es decir, un 47,8% de los usuarios con televisión inteligente. Prime Vídeo le sigue, con 16,9 millones de espectadores, un 47,1%.



En tercer lugar, está YouTube, con 11,2 millones y un 31,3% del total, seguido de RTVE Play, cuyo consumo es gratuito al igual que YouTube. La plataforma pública la consumen el 23,5% de la población con televisión conectada, es decir, 8,4 millones de espectadores. Y, pese a ser de pago, le pisa los talones Movistar Plus+, con 8,3 millones de personas, un 23,3% del total.

Volviendo a los datos de fidelidad, los jóvenes tienden a ser menos leales. Entre los que tienen entre 18 y 24 años, el 38% se muestra total o bastante abierto a cambiar de OTT, por el 24% de quienes tienen entre 45 y 65 años, según el informe Panorama by Kantar, correspondiente al primer trimestre de 2025. Eso sí, los jóvenes están aún más abiertos a cambiar de app de comida a domicilio (49%), por el 44% que cambiaría de hotel, de marca de electrodoméstico, coche, proveedor de internet o supermercado.

Pero, ¿por qué motivos cambian? Lo más común es haber dado con otras opciones más económicas, que es a lo que apunta el 45% de los consumidores. Un 17% declara que sus necesidades han evolucionado y la OTT ya no le satisface del todo. Es una tasa 4 puntos mayor a la media. El 15% sostienen que cambian porque ha plataforma ha empeorado su servicio, 5 puntos porcentuales más que respecto a la media.

La investigación de Kantar destaca que la estabilidad en el sector del streaming está ligada a factores como la vinculación emocional con el contenido, las suscripciones combinadas con otros servicios y la dificultad percibida para migrar historiales y recomendaciones personalizadas.

Este patrón de baja rotación de usuarios se produce en un contexto de contención del gasto doméstico y búsqueda de previsibilidad por parte de los consumidores. El usuario está priorizando la estabilidad en categorías que percibe como esenciales o rutinarias, incluso dentro del entorno digital.

Este escenario supone un reto para las plataformas que buscan aumentar cuota de mercado o diversificar ingresos. Las estrategias de fidelización, las ofertas empaquetadas y el contenido exclusivo se consolidan como herramientas clave en un entorno donde la captación de nuevos usuarios exige superar importantes barreras de cambio.

EUROPA PRESS

Uno de cada tres consumidores se muestra abierto a cambiar de marca, según Kantar

MADRID 21 Mayo 2025 (EUROPA PRESS) -

Uno de cada tres consumidores se muestra abierto a cambiar de marca, según los datos obtenidos en el 'Informe Panorama' de Kantar, que revela que las tres categorías con mayor apertura al cambio son hoteles, electrodomésticos y coches, todas ellas "caracterizadas por ser compras espaciadas".

En cambio, las categorías con menor apertura al cambio son refrescos y cervezas, 'e-commerce' y dispositivos móviles, en las que los consumidores "muestran mayor conexión con su marca habitual".

Por edades, los jóvenes (Generación Z) de 18 a 24 años se muestran más receptivos al cambio de marca, excepto en telefonía móvil (dispositivos), donde cuatro de cada diez se muestran reacios.

En contraste, la generación de 45 a 65 años (GEN X y Boomers) expresa estar mucho menos abierta al cambio, no superando el 40% en ninguna categoría. La categoría en la que mayor apertura muestran es la marca de coche, donde el 35% está abierto al cambio de marca.

EL PRECIO Y LA NOVEDAD, MOTIVOS PARA CAMBIAR DE MARCA

El informe de Kantar también evidencia que el principal motivo para el cambio de marca es el precio, mencionado por una media del 47% de los consumidores encuestados y especialmente relevante en categorías como supermercados, aseguradoras, energéticas y proveedores de internet.

A su vez, la novedad y el deseo de probar una marca distinta (22%) juegan un "papel fundamental", principalmente en las categorías de bebidas y coches.

Otros motivos para el cambio son satisfacer nuevas necesidades (13%), el boca a boca (12%) o el empeoramiento del servicio (10%).

En cuanto al índice de confianza del consumidor español, los datos muestran "una ligera recuperación" en el primer trimestre de 2025 al haber regresado a valores similares a los del mismo periodo del año pasado (-5,2% frente -6,5%), aunque se ha mantenido en valores negativos.

"A pesar de que, durante el primer trimestre de 2025, la economía mundial ha mantenido un crecimiento estable, continúa la desconfianza del consumidor en la valoración de la situación económica actual de la Eurozona. Las tensiones por los conflictos territoriales, las medidas arancelarias de EE.UU. y su impacto en regiones clave como China y la Unión Europea generan una gran incertidumbre a corto plazo en el consumidor", ha expuesto Kantar.

LEVE AUMENTO DE LA CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS ESPAÑOLES

Sobre la valoración de la situación económica del hogar, aunque mejora ligeramente con respecto al trimestre anterior, la cautela de los consumidores españoles respecto a sus economías personales y de hogar continúa siendo "extremadamente fuerte".

Además, Kantar observa una disminución en la valoración de la situación económica del hogar en los próximos seis meses respecto a finales de 2024.

La capacidad de los hogares para cubrir sus gastos mensuales se ha mantenido estable, con un 78% de los consumidores que mencionan llegar a fin de mes. Sin embargo, continúa existiendo una cifra "constante" de consumidores, en torno al 20%, para los que es difícil llegar a fin de mes o llegan de forma muy ajustada.

Por otra parte, la capacidad de ahorro de los españoles ha aumentado ligeramente, con un 80% de los consumidores que declaran disponer de margen para el ahorro, con un tercio que tiene capacidad para ahorrar todos los meses y la mitad que puede hacerlo ocasionalmente.

Al observar la bolsa de ahorros, se ha mantenido sin grandes cambios, cuatro de cada diez españoles dicen que sus ahorros se han mantenido estables en los últimos 6 meses.

PERCEPCIÓN DEL EMPLEO

En lo relativo a la percepción sobre el desempleo general y el temor personal a perder el empleo, desde Kantar han asegurado que son métricas que se mantienen "tradicionalmente estables", aunque han ido cambiando "sutilmente" trimestre a trimestre.

En concreto, en el primer trimestre 2025 el porcentaje de españoles que cree que el desempleo crecerá en el próximo año es cinco puntos porcentuales superior al de hace un año.

Para la organización, esta tendencia "es posiblemente reflejo de la desaceleración observada en la creación de empleo y se encuentra, a su vez, en línea con el pesimismo a corto plazo observado en otras métricas".

De acuerdo con Kantar, algo similar ocurre con la proporción de ocupados que temen perder su trabajo, que se mantiene "muy baja", con un 7%, pero aumenta ligeramente en comparación con la cifra de hace un año (4%).

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Responsables de plataformas debaten sobre los nuevos hábitos de consumo audiovisual en Los Desayunos de la Academia de TV

Por Marco Sánchez Sequera -22 mayo, 2025



La Academia de Televisión y de las Ciencias y las Artes del Audiovisual, en colaboración con el Ministerio de Cultura, ha celebrado en Barcelona el desayuno profesional 'Plataformas audiovisuales: nuevas audiencias, nuevos consumos'. Este encuentro ha reunido a diferentes responsables de plataformas para reflexionar sobre el impacto de los nuevos hábitos de consumo y las transformaciones del sector audiovisual.

Moderado por la periodista Olga Viza, el coloquio contó la participación de Emilio Sánchez Zaballos (director de atresplayer), Alberto Fernández (director de RTVE PlayZ), Javier Pascual (director de Contenidos Scripted/Unscripted de Disney+), Purificación González (CMO de Movistar Plus+) y Cristina Villà (directora de Innovación, Investigación y Estrategia Digital de 3Cat).

Durante el encuentro, se abordaron los desafíos que enfrentan las plataformas para conectar con nuevas audiencias, el auge del consumo bajo demanda y la convergencia entre la televisión tradicional y el entorno digital.

También se trataron temas clave como la fidelización del público, la personalización del contenido y las estrategias para atraer a las generaciones más jóvenes, destacando la relevancia de la autenticidad y la diversidad cultural.

Las plataformas, a debate

Emilio Sánchez Zaballos destacó que el principal reto de atresplayer es equilibrar el crecimiento del contenido en abierto con el modelo de suscripción: «Nacemos como una extensión de los canales lineales y estamos en ese balance entre crecer en contenido gratuito y de pago». Sobre el uso de los datos, advirtió: «El reto es cómo interpretarlos, convertirlos y no acabar siendo esclavo de ellos.»

Desde el ámbito del servicio público, Alberto Fernández remarcó que el gran reto de RTVE PlayZ es atraer al público joven y combatir la fragmentación generacional: «Nuestra labor es ofrecer una radiotelevisión pública de calidad para todos los ciudadanos, adaptada a todos los consumos». Señaló que, más allá de las visualizaciones, «el dato clave es el tiempo de permanencia del usuario, porque ahí está el verdadero engagement.»

Javier Pascual, por su parte, explicó el doble desafío de Disney+ en España: aumentar la producción de contenido local y hacerlo relevante para una audiencia adulta en el marco de una marca global: «Nuestro reto era hacer contenido adulto y que la marca Disney entendiera que también habría producción en España». Aunque reconoció el valor de los datos, apuntó: «Es más importante el contenido, y saber analizar qué ha funcionado y qué no.»

Purificación González enfatizó la apuesta de Movistar Plus+ por el contenido original y de calidad, con una narrativa propia y arraigada en lo local: «Esa singularidad que nos hace únicos, si no la contamos nosotros, no se contará igual". Afirmó que el principal reto es ampliar la accesibilidad del contenido y apuntó a la necesidad de adaptar las narrativas ante «unos hábitos de consumo cada vez más cambiantes.»

Finalmente, Cristina Villà presentó la visión de 3Cat como plataforma integradora del ecosistema audiovisual catalán: «Nuestro gran objetivo es ser la gran puerta de entrada al entretenimiento audiovisual de Cataluña, incluyendo tanto contenidos propios como de terceros». También advirtió sobre los riesgos de la estandarización cultural, y sobre los nuevos hábitos de consumo, apuntó que la clave ya no es solo «donde quieras y cuando quieras», sino «lo que quieras», en un contexto marcado por la hiperfragmentación.

Lo local y el uso crítico de los datos, clave para el éxito de las plataformas audiovisuales españolas



Emilio Sánchez Zaballos (Atresplayer), Alberto Fernández (RTVE PlayZ), Javier Pascual (Disney+), Purificación González (Movistar Plus+) y Cristina Villà (3Cat) participaron en un debate organizado por la Academia de Televisión y moderado por Olga Viza en Barcelona en el que se reflexionó sobre el impacto de los nuevos hábitos de consumo y las transformaciones del sector audiovisual.

22.5.2025.- Durante el encuentro se abordaron los desafíos que enfrentan las plataformas para conectar con nuevas audiencias, el auge del consumo bajo demanda y la convergencia entre la televisión tradicional y el entorno digital. También se trataron temas clave como la fidelización del público, la personalización del contenido y las estrategias para atraer a las generaciones más jóvenes, destacando la relevancia de la autenticidad y la diversidad cultural.



Academia de TV Televisión - Desayuno - Plataformas - (Foto: Pau Venteo)

Olga Viza abrió el debate señalando el objetivo del encuentro: “Es una oportunidad para reflexionar, para aprender y para analizar el papel de las plataformas en este mundo audiovisual”. Emilio Sánchez Zaballos, por su parte, destacó que el principal reto de Atresplayer es equilibrar el crecimiento del contenido en abierto con el modelo de suscripción: “Nacemos como una extensión de los canales lineales y estamos en ese balance entre crecer en contenido gratuito y de pago”. Subrayó además la importancia de la notoriedad y el alcance: “El objetivo común es que nuestros contenidos lleguen al usuario”. Sobre el uso de los datos, advirtió: “El reto es cómo interpretarlos, convertirlos y no acabar siendo esclavo de ellos”. También mencionó la dificultad de monetizar en un ecosistema en constante tensión con terceros: “Es un mercado de amor y odio”.

Desde el ámbito del servicio público, Alberto Fernández remarcó que el gran reto de RTVE PlayZ es atraer al público joven y combatir la fragmentación generacional: “Nuestra labor es ofrecer una radiotelevisión pública de calidad para todos los ciudadanos, adaptada a todos los consumos”. Destacó que más allá de las visualizaciones, “el dato clave es el tiempo de permanencia del usuario, porque ahí está el verdadero engagement”. Desde la perspectiva de Disney+, Javier Pascual explicó el doble desafío de la plataforma en España: aumentar la producción de contenido local y hacerlo relevante para una audiencia adulta en el marco de una marca global. “Nuestro reto era hacer contenido adulto y que la marca Disney entendiera que también habría producción en España”, comentó, destacando que, aunque el dato es de gran relevancia, “es más importante el contenido, y saber analizar qué ha funcionado y qué no”.



Academia de TV Televisión - Desayuno - Plataformas - (Foto: Pau Venteo)

Purificación González enfatizó la apuesta de Movistar Plus+ por el contenido original y de calidad, con una narrativa propia y arraigada en lo local: “Esa singularidad que nos hace únicos, si no la contamos nosotros, no se contará igual”. Afirmó que el principal reto es ampliar la accesibilidad del contenido: “Queremos que esté disponible para todo el mercado”, y apuntó a la necesidad de adaptar las narrativas ante “unos hábitos de consumo cada vez más cambiantes”.

Finalmente, Cristina Villà presentó la visión de 3Cat como plataforma integradora del ecosistema audiovisual catalán: “Nuestro gran objetivo es ser la gran puerta de entrada al entretenimiento audiovisual de Cataluña, incluyendo tanto contenidos propios como de terceros”. También advirtió sobre los riesgos de la estandarización cultural: “Debemos luchar contra la homogeneización y garantizar la singularidad de lo que se cuenta desde aquí”. Sobre los nuevos hábitos de consumo, apuntó que la clave ya no es solo “donde quieras y cuando quieras”, sino “lo que quieras”, en un contexto marcado por la hiperfragmentación y el multitasking. Concluyó subrayando la necesidad de curar contenidos frente a algoritmos sesgados: “Debemos editorializar con una mirada amplia sobre la realidad”.

La jornada concluyó con una idea compartida por todos los ponentes: la adaptación constante, la valorización de lo local y el uso crítico de los datos son esenciales para afrontar el futuro del sector audiovisual.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Los Premios Fugaz del cortometraje español anuncian los nominados de su novena edición

Por **Marco Sánchez Sequera** - 22 mayo, 2025

Los Premios Fugaz del cortometraje español han dado a conocer el listado definitivo de candidatos en las 21 categorías de su novena edición. El corto 'Una cabeza en la pared' encabeza las nominaciones con diez candidaturas, seguido por '893 kilómetros', con ocho, y 'Líbranos del mal', con cinco. También destacan títulos como 'Cuando llega el frío', 'Violetas', 'El otro', 'Ne me quitte pas', 'Donde se quejan los pinos', 'Insalvable' y 'Ángulo muerto', cada uno con cuatro nominaciones.

«Esta edición confirma una vez más que el cortometraje español tiene voz propia y contundente, demostrando que **los cortos no son un simple aperitivo del cine convencional, sino cine en estado puro**. La gran calidad y variedad de las obras seleccionadas confirman que **España cuenta con una de las escenas más ricas y diversas** en producción de cortometrajes», asegura **Samuel Rodríguez**, co-director de **CortoEspaña**, entidad organizadora de los premios.



La **shortlist previa** estuvo compuesta por **60 cortometrajes** (40 de ficción, 10 de animación y 10 documentales) seleccionados entre **más de 600 obras** presentadas. Todos ellos han sido valorados por una comisión de **más de 1.600 profesionales** del sector que ha determinado tanto los nominados como los futuros ganadores.

Además, **más de 50 festivales españoles colaboran estrechamente** con los Premios Fugaz, permitiendo que los cortos premiados en sus eventos accedan directamente a la lista de finalistas del certamen.

La **gala de entrega de premios** tendrá lugar el próximo **25 de junio** en la Sala 25 de los cines **Kinépolis Madrid Ciudad de la Imagen** (C. Edgar Neville, s/n, Madrid), con un aforo para 1.000 asistentes.

Dos nuevas categorías

Como novedad, este año se entregarán dos nuevos galardones: **Mejor Cortometraje Hispanoamericano**, decidido en colaboración con más de 20 festivales latinoamericanos, y **Mejor Cortometraje de Escuela**, seleccionado entre los principales centros formativos de cine del país.

El premio hispanoamericano tiene como objetivo **estrechar vínculos culturales y creativos entre España y América Latina**, con representación de países como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela. Por otro lado, el galardón de escuela busca **visibilizar y apoyar las producciones de nuevos talentos**, seleccionando ocho trabajos de estudiantes.

Nominados a los Premios Fugaz 2025

MEJOR CORTOMETRAJE

- 893 kilómetros
- Ángulo muerto
- El Príncep
- Insalvable
- Pipiolos
- Una cabeza en la pared

MEJOR DIRECCIÓN

- 893 kilómetros: Rubén Guindo Nova
- Agonía: Eulalia Ramón
- Ángulo muerto: Cristian Beteta
- Cuando llega el frío: María Salgado Gispert
- Una cabeza en la pared: Manuel Manrique

MEJOR DIRECCIÓN NOVEL

- City of pigs: Juan Ángel Hernández
- Cólera: Jose Luis Lázaro
- Cura sana: Lucía G. Romero
- El otro: Eduard Fernandez
- Happy hour: Nico Romero y Álvaro Monje

MEJOR GUION

- Ángulo muerto: David Verdugo
- El lado más bestia de la vida: José Antonio Campos y Patricia Rioboó
- Insalvable: Belén Sánchez-Arévalo y Javier Marco
- Piedra, papel, o tijera: Nach Solís
- Una cabeza en la pared: Itziar Sanjuán Sáenz

MEJOR DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN

- 893 kilómetros: Samantha Martín y Miguel Monteagudo
- Donde se quejan los pinos: Mercè Batalla
- El Príncep: Adrià Lahuerta y Victor Radoselovics
- Ne me quitte pas: Gemma Monzó
- Una cabeza en la pared: Jaume Subirós

MEJOR DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA

- Cuando llega el frío: Isabel Ruiz Ruiz
- Donde se quejan los pinos: Hugo Prats
- Ne me quitte pas: Uri Barcelona
- Una cabeza en la pared: Alejandro Buera
- Violetas: Mario López

MEJOR MONTAJE

- 893 kilómetros: Bruno Martín
- Bedste: Louise Værum
- El otro: Javier Frutos
- El Príncep: Ona Bartrolí
- Una cabeza en la pared: Pablo Barce

MEJOR DIRECCIÓN DE ARTE

- Cuando llega el frío: Iris Ocampo
- Líbranos del mal: Mey Monteroy Violeta Soliva
- Ne me quitte pas: John Blud
- Una cabeza en la pared: Helena Gallego
- Violetas: Lucía Meca

MEJORES EFECTOS VISUALES

- 893 kilómetros: Zoltan Farkas
- Agonía: Maria Maganto
- Berta: Marta Carbonell Almela y Stefan Susemihl
- El otro: Heliodoro Carbonell
- Huir: Dalila di Martino y Julán Martínez

MEJOR VESTUARIO

- Cuando llega el frío: José Antonio Martín
- Líbranos del mal: Sara Madoz
- Ne me quitte pas: Miguel Cervera
- Una cabeza en la pared: Héctor Loureiro
- Violetas: Alba Martínez Villamor

MEJOR MAQUILLAJE Y PELUQUERÍA

- 893 kilómetros: Marta Cuadrado
- Líbranos del mal: Raquel Vadillo
- Sexo a los 70: Johana Trujillo
- Una cabeza en la pared: Beatriz Coloma
- Violetas: Borja Escribano

MEJOR SONIDO

- 893 kilómetros: Mario González
- Agonía: Diego Gualino
- Donde se quejan los pinos: Pedro Iniesta
- Happy hour: Jamaica Ruiz, Victor Bernardo y Mayte Cabrera
- Líbranos del mal: María Rodríguez

MEJOR BANDA SONORA

- 893 kilómetros: Jesús Calderón
- Carmen y la cuchara de palo: Iván Palomares de la Encina
- Donde se quejan los pinos: Simon Smith
- Piedra, papel, o tijera: Sofía Sainz
- Una cabeza en la pared: Alberto Torres

MEJOR INTERPRETACIÓN MASCULINA

- 29 de febrero: Ramón Barea
- El otro: Eduard Fernández
- El Príncep: Enric Auquer
- Insalvable: Pedro Casablanc
- Insalvable: Javier Pereira

MEJOR INTERPRETACIÓN FEMENINA

- Ángulo muerto: Eva Llorach
- El lado más bestia de la vida: Rosario Pardo
- La mort: Luisa Gavasa
- Líbranos del mal: Ana Wagener
- Pálpito: Cristina Fernández

MEJOR CORTOMETRAJE DE ANIMACIÓN

- Adiós
- Carmela
- Carmen y la cuchara de palo
- Homework
- Pietra

MEJOR CORTOMETRAJE DOCUMENTAL

- Behind the wall
- Disonancia
- Emilia
- Schugurensky. Autorretrato
- Zona Wao

MEJOR CORTOMETRAJE BREVE

- Close your eyes
- Origami
- Siesta
- Tesoro

MEJOR LARGOMETRAJE

- El 47
- La estrella azul
- La habitación de al lado
- La infiltrada
- Marco

MEJOR CORTOMETRAJE HISPANOAMERICANO

- Casa Paraíso (Guatemala)
- Charrascas (México)
- Cuando todo arde (Argentina)
- La casa de arena (Chile)
- Tenemos patria (Venezuela)

MEJOR CORTOMETRAJE DE ESCUELA

- Daru/n
- De Madrid al cielo
- De-Sastre
- Deadline
- El otro lugar
- Gaupasa
- Patrimonio
- Remember me

CINECONN

PREMIOS

‘Una cabeza en la pared’ lidera las nominaciones a los Premios Fugaz 2025

El corto de Manuel Manrique, con 10 nominaciones, parte favorito frente a '893 kilómetros', de Rubén Guindo Nova, con ocho, y 'Líbranos del mal', de Andrea Casaseca, con cinco



'Una cabeza en la pared', de Manuel Manrique.

22 de mayo, 2025 **Redacción Cine con Ñ**

Los **Premios Fugaz 2025,** los más conocidos del panorama de cortometrajes en España, han anunciado sus nominaciones, que lidera ***Una cabeza en la pared***, de Manuel Manrique, presente hasta en 10 categorías diferentes, seguido de ***893 kilómetros***, de Rubén Guindo Nova, con ocho, y ***Líbranos del mal***, de Andrea Casaseca, con cinco. Los ganadores se conocerán en la entrega de premios del próximo 25 de junio.

El anuncio de las nominadas a los Premios Fugaz 2025 se celebró en el Espacio Movistar Gran Vía de Madrid, con la lectura a cargo de la actriz **Marta Belenguer** y del actor **Christian Checa**. **Samuel Rodríguez,** codirector de **CortoEspaña**, entidad organizadora de los premios, señaló: «Esta edición confirma una vez más que el cortometraje español tiene voz propia y contundente, demostrando que los cortos no son un simple aperitivo del cine convencional, sino cine en estado puro».

Como novedad, este año se entregarán dos nuevos galardones: Mejor Cortometraje Hispanoamericano, decidido en colaboración con más de 20 festivales latinoamericanos, y **Mejor Cortometraje de Escuela**, seleccionado entre los principales centros formativos de cine del país. El premio hispanoamericano tiene como objetivo estrechar vínculos culturales y creativos entre **España** y **América Latina**, con representación de países como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.



Christian Checa, Marta Belenguer y Samuel Rodríguez en el anuncio de las nominadas a los Premios Fugaz 2025.

Nominaciones a los Premios Fugaz 2025 – Lista de nominados y nominadas

Mejor cortometraje

- *893 kilómetros*
- *Ángulo muerto*
- *El Príncep*
- *Insalvable*
- *Pipiolos*
- *Una cabeza en la pared*

Mejor dirección

- Rubén Guindo Nova por *893 kilómetros*
- Eulalia Ramón por *Agonía*
- Cristian Beteta por *Ángulo muerto*
- María Salgado Gispert por *Cuando llega el frío*
- Manuel Manrique por *Una cabeza en la pared*

Mejor dirección novel

- Juan Ángel Hernández por *City of pigs*
- Jose Luis Lázaro por *Cólera*
- Lucía G. Romero por *Cura sana*
- Eduard Fernandez por *El otro*
- Nico Romero y Álvaro Monje por *Happy hour*

Mejor guion

- David Verdugo por *Ángulo muerto*
- José Antonio Campos y Patricia Rioboó por *El lado más bestia de la vida*
- Belén Sánchez-Arévalo y Javier Marco por *Insalvable*
- Nach Solís por *Piedra, papel, o tijera*
- Itziar Sanjuán Sáenz por *Una cabeza en la pared*

Mejor dirección de producción

- Samantha Martín y Miguel Monteagudo por *893 kilómetros*
- Mercè Batalla por *Donde se quejan los pinos*
- Adrià Lahuerta y Victor Radoselovics por *El Príncep*
- Gemma Monzó por *Ne me quitte pas*
- Jaume Subirós por *Una cabeza en la pared*

Mejor dirección de fotografía

- Isabel Ruiz Ruiz por *Cuando llega el frío*
- Hugo Prats por *Donde se quejan los pinos*
- Uri Barcelona por *Ne me quitte pas*
- Alejandro Buera por *Una cabeza en la pared*
- Mario López por *Violetas*



'Líbranos del mal', de Andrea Casaseca.

Mejor montaje

- Bruno Martín por *893 kilómetros*
- Louise Værum por *Bedste*
- Javier Frutos por *El otro*
- Ona Bartrolí por *El Príncep*
- Pablo Barce por *Una cabeza en la pared*

Mejor dirección de arte

- Iris Ocampo por *Cuando llega el frío*
- Mey Monteroy y Violeta Soliva por *Líbranos del mal*
- John Blud por *Ne me quitte pas*
- Helena Gallego por *Una cabeza en la pared*
- Lucía Meca por *Violetas*

Mejores efectos visuales

- Zoltan Farkas por *893 kilómetros*
- Maria Maganto por *Agonía*
- Marta Carbonell Almela y Stefan Susemihl por *Berta*
- Heliodoro Carbonell por *El otro*
- Dalila di Martino y Julán Martínez por *Huir*

Mejor vestuario

- José Antonio Martín por *Cuando llega el frío*
- Sara Madoz por *Líbranos del mal*
- Miguel Cervera por *Ne me quitte pas*
- Héctor Loureiro por *Una cabeza en la pared*
- Alba Martínez Villamor por *Violetas*

Mejor maquillaje y peluquería

- Marta Cuadrado por *893 kilómetros*
- Raquel Vadillo por *Líbranos del mal*
- Johana Trujillo por *Sexo a los 70*
- Beatriz Coloma por *Una cabeza en la pared*
- Borja Escribano por *Violetas*

Mejor sonido

- Mario González por *893 kilómetros*
- Diego Gualino por *Agonía*
- Pedro Iniesta por *Donde se quejan los pinos*
- Jamaica Ruiz, Victor Bernardo y Mayte Cabrera por *Happy hour*
- María Rodríguez por *Líbranos del mal*

Mejor banda sonora

- Jesús Calderón por *893 kilómetros*
- Iván Palomares de la Encina por *Carmen y la cuchara de palo*
- Simon Smith por *Donde se quejan los pinos*
- Sofía Sainz por *Piedra, papel, o tijera*
- Alberto Torres por *Una cabeza en la pared*

Mejor interpretación masculina

- Ramón Barea por *29 de febrero*
- Eduard Fernández por *El otro*
- Enric Auquer por *El Príncep*
- Pedro Casablanc por *Insalvable*
- Javier Pereira por *Insalvable*

Mejor interpretación femenina

- Eva Llorach por *Ángulo muerto*
- Rosario Pardo por *El lado más bestia de la vida*
- Luisa Gavasa por *La mort*
- Ana Wagener por *Líbranos del mal*
- Cristina Fernández por *Pálpito*

Mejor cortometraje de animación

- *Adiós*
- *Carmela*
- *Carmen y la cuchara de palo*
- *Homework*
- *Pietra*

Mejor cortometraje documental

- *Behind the wall*
- *Disonancia*
- *Emilia*
- *Schugurensky. Autorretrato*
- *Zona Wao*

Mejor cortometraje breve

- *Close your eyes*
- *Origami*
- *Siesta*
- *Tesoro*

Mejor largometraje

- *El 47*
- *La estrella azul*
- *La habitación de al lado*
- *La infiltrada*
- *Marco*

Mejor cortometraje hispanoamericano

- *Casa Paraíso* (Guatemala)
- *Charrascas* (México)
- *Cuando todo arde* (Argentina)
- *La casa de arena* (Chile)
- *Tenemos patria* (Venezuela)

Mejor cortometraje de escuela

- *Daru/n*
- *De Madrid al cielo*
- *De-Sastre*
- *Deadline*
- *El otro lugar*
- *Gaupasa*
- *Patrimonio*
- *Remember me*

EFE

'Una cabeza en la pared' es el cortometraje más nominado en los Premios Fugaz de 2025

Madrid, 21 mayo 2025 (EFE).- El cortometraje 'Una cabeza en la pared', de Manuel Manrique, domina las nominaciones a los Premios Fugaz, con diez candidaturas, seguido por '893 kilómetros', de Rubén Guindo, con ocho, y 'Líbranos del mal', de Andrea Casaseca, con cinco, ha anunciado este miércoles la organización.

Considerados los galardones más relevantes del panorama del cortometraje español, los Fugaz, que se entregan el 25 de junio, han dado a conocer el listado definitivo de candidatos en las 21 categorías de su novena edición, en una lectura a cargo de la actriz Marta Belenguer y del actor Christian Checa.

Como novedad, este año se entregarán dos nuevos galardones: Mejor Cortometraje Hispanoamericano, decidido en colaboración con más de 20 festivales latinoamericanos, y Mejor Cortometraje de Escuela, seleccionado entre los principales centros formativos de cine del país.

El premio hispanoamericano tiene como objetivo estrechar vínculos culturales y creativos entre España y América Latina, con representación de países como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

En este caso, los nominados han sido 'Casa Paraíso' (Guatemala); 'Charrascas' (México); 'Cuando todo arde' (Argentina); 'La casa de arena' (Chile) y 'Tenemos patria' (Venezuela). EFE

CINE

[Noticias] Premios Fugaz 2025: Así quedan las nominaciones del año más potente del cortometraje español

Mario Cerdeño Salinero 22 mayo, 2025



‘Una cabeza en la pared’ lidera las nominaciones de los Premios Fugaz 2025, la gran cita del cortometraje español

El cortometraje español vive un momento de oro, y la novena edición de los Premios Fugaz lo confirma por todo lo alto. Este martes, el Espacio Movistar Gran Vía de Madrid fue el escenario de lujo donde se desvelaron los nominados definitivos en las 21 categorías de estos galardones, considerados los más importantes del panorama nacional del cortometraje.

Con la actriz Marta Belenguer (‘Camera Café’, ‘Señoras del (h)AMPA‘) y el actor Christian Checa (nominado al Goya 2023) como presentadores del anuncio, la emoción se apoderó del evento desde el primer minuto.

‘Una cabeza en la pared’ arrasa con 10 nominaciones

La gran favorita de esta edición es **‘Una cabeza en la pared**‘, que lidera con **10 candidaturas**. Le siguen de cerca **‘893 kilómetros**‘ con 8 nominaciones y **‘Líbranos del mal**‘ con 5. También destacan obras como ‘Cuando llega el frío’, ‘Violetas’, ‘El otro’, ‘Ne me quitte pas’ y ‘Donde se quejan los pinos’, todas con 4 nominaciones, demostrando la altísima calidad de la cosecha 2025.

Nuevas categorías que cruzan fronteras

Este año los Fugaz dan un salto internacional con **dos nuevos galardones**:

- **Mejor Cortometraje Hispanoamericano**: elegido en colaboración con más de 20 festivales de Latinoamérica. Incluye obras de países como México, Argentina, Chile, Venezuela y más.
- **Mejor Cortometraje de Escuela**: reconoce a las jóvenes promesas del cine español seleccionadas desde los centros formativos más destacados del país.

Gala con sabor a cine grande

La **ceremonia de entrega de premios será el 25 de junio** en la espectacular **Sala 25 de Kinépolis Ciudad de la Imagen**, en Madrid, con aforo para 1.000 personas. Una noche para celebrar el talento, la creatividad y el cine breve en su máxima expresión.

Gracias al apoyo de entidades como Kinépolis, Movistar+, la Universidad Complutense, Filmin, The Core School y muchas más, los **Premios Fugaz** siguen consolidándose como **el gran escaparate del cortometraje español**.

¿Quieres el **listado completo de nominados**? **Desplázate hacia abajo y descubre todos los candidatos que harán historia en la edición 2025.**

Nominados Premios Fugaz 2025: El talento en formato corto

Mejor Cortometraje

- **893 kilómetros**
- **Ángulo muerto**
- **El Príncep**
- **Insalvable**
- **Pipiolos**
- **Una cabeza en la pared**

Mejor Dirección

- *893 kilómetros* – Rubén Guindo Nova
- *Agonía* – Eulalia Ramón
- *Ángulo muerto* – Cristian Beteta
- *Cuando llega el frío* – María Salgado Gispert
- *Una cabeza en la pared* – Manuel Manrique

Mejor Dirección Novel

- *City of pigs* – Juan Ángel Hernández
- *Cólera* – Jose Luis Lázaro

- *Cura sana* – Lucía G. Romero
- *El otro* – Eduard Fernández
- *Happy hour* – Nico Romero y Álvaro Monje

Mejor Guion

- *Ángulo muerto* – David Verdugo
- *El lado más bestia de la vida* – Campos y Rioboó
- *Insalvable* – Sánchez-Arévalo y Javier Marco
- *Piedra, papel, o tijera* – Nach Solís
- *Una cabeza en la pared* – Itziar Sanjuán Sáenz

Mejor Dirección de Producción

- *893 kilómetros* – Samantha Martín y Miguel Monteagudo
- *Donde se quejan los pinos* – Mercè Batalla
- *El Príncep* – Lahuerta y Radoselovics
- *Ne me quitte pas* – Gemma Monzó
- *Una cabeza en la pared* – Jaume Subirós

Mejor Dirección de Fotografía

- *Cuando llega el frío* – Isabel Ruiz Ruiz
- *Donde se quejan los pinos* – Hugo Prats
- *Ne me quitte pas* – Uri Barcelona
- *Una cabeza en la pared* – Alejandro Buera
- *Violetas* – Mario López

Mejor Montaje

- *893 kilómetros* – Bruno Martín
- *Bedste* – Louise Værum
- *El otro* – Javier Frutos
- *El Príncep* – Ona Bartrolí
- *Una cabeza en la pared* – Pablo Barce

Mejor Dirección de Arte

- *Cuando llega el frío* – Iris Ocampo
- *Líbranos del mal* – Mey Monteroy y Violeta Soliva
- *Ne me quitte pas* – John Blud
- *Una cabeza en la pared* – Helena Gallego
- *Violetas* – Lucía Meca

Mejores Efectos Visuales

- *893 kilómetros* – Zoltan Farkas
- *Agonía* – María Maganto
- *Berta* – Carbonell Almela y Stefan Susemihl
- *El otro* – Heliodoro Carbonell
- *Huir* – Dalila di Martino y Julán Martínez

Mejor Vestuario

- *Cuando llega el frío* – José Antonio Martín
- *Líbranos del mal* – Sara Madoz
- *Ne me quitte pas* – Miguel Cervera
- *Una cabeza en la pared* – Héctor Loureiro
- *Violetas* – Alba Martínez Villamor

Mejor Maquillaje y Peluquería

- *893 kilómetros* – Marta Cuadrado
- *Líbranos del mal* – Raquel Vadillo
- *Sexo a los 70* – Johana Trujillo
- *Una cabeza en la pared* – Beatriz Coloma
- *Violetas* – Borja Escribano

Mejor Sonido

- *893 kilómetros* – Mario González
- *Agonía* – Diego Gualino
- *Donde se quejan los pinos* – Pedro Iniesta
- *Happy hour* – Ruiz, Bernardo y Cabrera
- *Líbranos del mal* – María Rodríguez

Mejor Banda Sonora

- *893 kilómetros* – Jesús Calderón
- *Carmen y la cuchara de palo* – Iván Palomares
- *Donde se quejan los pinos* – Simon Smith
- *Piedra, papel, o tijera* – Sofía Sainz
- *Una cabeza en la pared* – Alberto Torres

Mejor Interpretación Masculina

- *29 de febrero* – Ramón Barea
- *El otro* – Eduard Fernández
- *El Príncep* – Enric Auquer
- *Insalvable* – Pedro Casablanc y Javier Pereira

Mejor Interpretación Femenina

- *Ángulo muerto* – Eva Llorach
- *El lado más bestia de la vida* – Rosario Pardo
- *La mort* – Luisa Gavasa
- *Líbranos del mal* – Ana Wagener
- *Pálpito* – Cristina Fernández

Mejor Cortometraje de Animación

- *Adiós*
- *Carmela*
- *Carmen y la cuchara de palo*
- *Homework*
- *Pietra*

Mejor Cortometraje Documental

- *Behind the wall*
- *Disonancia*
- *Emilia*
- *Schugurensky. Autorretrato*
- *Zona Wao*

Mejor Cortometraje Breve

- *Close your eyes*
- *Origami*
- *Siesta*
- *Tesoro*

Mejor Largometraje

- *El 47*
- *La estrella azul*

- *La habitación de al lado*
- *La infiltrada*
- *Marco*

Mejor Cortometraje Hispanoamericano

- *Casa Paraíso* (Guatemala)
- *Charrascas* (México)
- *Cuando todo arde* (Argentina)
- *La casa de arena* (Chile)
- *Tenemos patria* (Venezuela)

Mejor Cortometraje de Escuela

- *Daru/n*
- *De Madrid al cielo*
- *De-Sastre*
- *Deadline*
- *El otro lugar*
- *Gaupasa*
- *Patrimonio*
- *Remember me*

Cine

Anunciadas las nominaciones a la novena edición de los Premios Fugaz, los galardones más relevantes del cortometraje español

21 de mayo de 2025



La organización de los Premios Fugaz, considerados los galardones más relevantes del panorama del cortometraje español, ha dado a conocer hoy el listado definitivo de candidatos en las 21 categorías de su novena edición. El acto se ha celebrado en el Espacio Movistar Gran Vía de Madrid (Gran Vía, 28), con la lectura a cargo de la actriz Marta Belenguer ("Camera Café", "Señoras del (h)AMPA") y del actor Christian Checa, nominado al Goya en 2023 por "En los márgenes".

El cortometraje "Una cabeza en la pared" encabeza las nominaciones de esta edición con diez candidaturas, seguido por "893 kilómetros" con ocho y "Líbranos del mal" con cinco. También destacan títulos como "Cuando llega el frío", "Violetas", "El otro", "Ne me quitte pas", "Donde se quejan los pinos", "Insalvable" y "Ángulo muerto", cada uno con cuatro nominaciones.

Samuel Rodríguez, co-director de CortoEspaña, entidad organizadora de los premios, señaló:

"Esta edición confirma una vez más que el cortometraje español tiene voz propia y contundente, demostrando que los cortos no son un simple aperitivo del cine convencional, sino cine en estado puro. La gran calidad y variedad de las obras seleccionadas confirman que España cuenta con una de las escenas más ricas y diversas en producción de cortometrajes".

Dos nuevas categorías para ampliar horizontes y destacar nuevas voces
Como novedad, este año se entregarán dos nuevos galardones: Mejor Cortometraje Hispanoamericano, decidido en colaboración con más de 20 festivales latinoamericanos, y Mejor Cortometraje de Escuela, seleccionado entre los principales centros formativos de cine del país.

El premio hispanoamericano tiene como objetivo estrechar vínculos culturales y creativos entre España y América Latina, con representación de países como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

Por otro lado, el galardón de escuela busca visibilizar y apoyar las producciones de nuevos talentos, seleccionando ocho trabajos de estudiantes de las escuelas más destacadas del panorama cinematográfico nacional.

Más de 1.600 profesionales han elegido a los nominados

La short list previa estuvo compuesta por 60 cortometrajes (40 de ficción, 10 de animación y 10 documentales) seleccionados entre más de 600 obras presentadas. Todos ellos han sido valorados por una comisión de más de 1.600 profesionales del sector que ha determinado tanto los nominados como los futuros ganadores.

Además, más de 50 festivales españoles colaboran estrechamente con los Premios Fugaz, aportando su experiencia y permitiendo que los cortos premiados en sus eventos accedan directamente a la lista de finalistas del certamen.

La gala de entrega de premios tendrá lugar el próximo 25 de junio en la emblemática Sala 25 de los cines Kinépolis Ciudad de la Imagen (C. Edgar Neville, s/n, Madrid), con un aforo para 1.000 asistentes.

Los Premios Fugaz cuentan con el apoyo de importantes entidades e instituciones como Kinépolis, el Instituto del Cine de Madrid, The Core School, Menorca Doc Fest, Welab, Cerveza Alhambra, Filmin, Gobo, Mi guarida pulida, Welab, Esfera Visual, Mood, Excena, AM Escuela y Big School, además de la colaboración de Movistar Plus+ y la Universidad Complutense de Madrid, haciendo posible que estos galardones continúen siendo el gran punto de encuentro del cortometraje español.

Lista completo de nominados

Mejor cortometraje
· *893 kilómetros*
· *Ángulo muerto*
· *El Príncep*
· *Insalvable*
· *Pipiolos*
· *Una cabeza en la pared*

Mejor dirección
· *893 kilómetros*: Rubén Guindo Nova
· *Agonía*: Eulalia Ramón
· *Ángulo muerto*: Cristian Beteta
· *Cuando llega el frío*: María Salgado Gispert
· *Una cabeza en la pared*: Manuel Manrique

Mejor dirección novel
· *City of pigs*: Juan Ángel Hernández
· *Cólera*: Jose Luis Lázaro
· *Cura sana*: Lucía G. Romero
· *El otro*: Eduard Fernandez
· *Happy hour*: Nico Romero y Álvaro Monje

Mejor guion
· *Ángulo muerto*: David Verdugo
· *El lado más bestia de la vida*: José Antonio Campos y Patricia Rioboó
· *Insalvable*: Belén Sánchez-Arévalo y Javier Marco
· *Piedra, papel, o tijera*: Nach Solís
· *Una cabeza en la pared*: Itziar Sanjuán Sáenz

Mejor dirección de producción
· *893 kilómetros*: Samantha Martín y Miguel Monteagudo
· *Donde se quejan los pinos*: Mercè Batalla
· *El Príncep*: Adrià Lahuerta y Victor Radoselovics
· *Ne me quitte pas*: Gemma Monzó
· *Una cabeza en la pared*: Jaume Subirós

Mejor dirección de fotografía
· *Cuando llega el frío*: Isabel Ruiz Ruiz
· *Donde se quejan los pinos*: Hugo Prats
· *Ne me quitte pas*: Uri Barcelona
· *Una cabeza en la pared*: Alejandro Buera
· *Violetas*: Mario López

Mejor montaje

· *893 kilómetros*: Bruno Martín
· *Bedste*: Louise Værum
· *El otro*: Javier Frutos
· *El Príncep*: Ona Bartrolí
· *Una cabeza en la pared*: Pablo Barce

Mejor dirección de arte

· *Cuando llega el frío*: Iris Ocampo
· *Líbranos del mal*: Mey Monteroy y Violeta Soliva
· *Ne me quitte pas*: John Blud
· *Una cabeza en la pared*: Helena Gallego
· *Violetas*: Lucía Meca

Mejores efectos visuales

· *893 kilómetros*: Zoltan Farkas
· *Agonía*: Maria Maganto
· *Berta*: Marta Carbonell Almela y Stefan Susemihl
· *El otro*: Heliodoro Carbonell
· *Huir*: Dalila di Martino y Julán Martínez

Mejor vestuario

· *Cuando llega el frío*: José Antonio Martín
· *Líbranos del mal*: Sara Madoz
· *Ne me quitte pas*: Miguel Cervera
· *Una cabeza en la pared*: Héctor Loureiro
· *Violetas*: Alba Martínez Villamor

Mejor maquillaje y peluquería

· *893 kilómetros*: Marta Cuadrado
· *Líbranos del mal*: Raquel Vadillo
· *Sexo a los 70*: Johana Trujillo
· *Una cabeza en la pared*: Beatriz Coloma
· *Violetas*: Borja Escribano

Mejor sonido

· *893 kilómetros*: Mario González
· *Agonía*: Diego Gualino
· *Donde se quejan los pinos*: Pedro Iniesta
· *Happy hour*: Jamaica Ruiz, Victor Bernardo y Mayte Cabrera
· *Líbranos del mal*: María Rodríguez

Mejor banda sonora

· *893 kilómetros*: Jesús Calderón
· *Carmen y la cuchara de palo*: Iván Palomares de la Encina
· *Donde se quejan los pinos*: Simon Smith

· *Piedra, papel, o tijera*: Sofía Sainz
· *Una cabeza en la pared*: Alberto Torres

Mejor interpretación masculina
· *29 de febrero*: Ramón Barea
· *El otro*: Eduard Fernández
· *El Príncep*: Enric Auquer
· *Insalvable*: Pedro Casablanc
· *Insalvable*: Javier Pereira

Mejor interpretación femenina
· *Ángulo muerto*: Eva Llorach
· *El lado más bestia de la vida*: Rosario Pardo
· *La mort*: Luisa Gavasa
· *Líbranos del mal*: Ana Wagener
· *Pálpito*: Cristina Fernández

Mejor cortometraje de animación
· *Adiós*
· *Carmela*
· *Carmen y la cuchara de palo*
· *Homework*
· *Pietra*

Mejor cortometraje documental
· *Behind the wall*
· *Disonancia*
· *Emilia*
· *Schugurensky. Autorretrato*
· *Zona Wao*

Mejor cortometraje breve
· *Close your eyes*
· *Origami*
· *Siesta*
· *Tesoro*

Mejor largometraje
· *El 47*
· *La estrella azul*
· *La habitación de al lado*
· *La infiltrada*
· *Marco*

Mejor cortometraje hispanoamericano

· *Casa Paraíso* (Guatemala)
· *Charrascas* (México)
· *Cuando todo arde* (Argentina)
· *La casa de arena* (Chile)
· *Tenemos patria* (Venezuela)

Mejor cortometraje de escuela

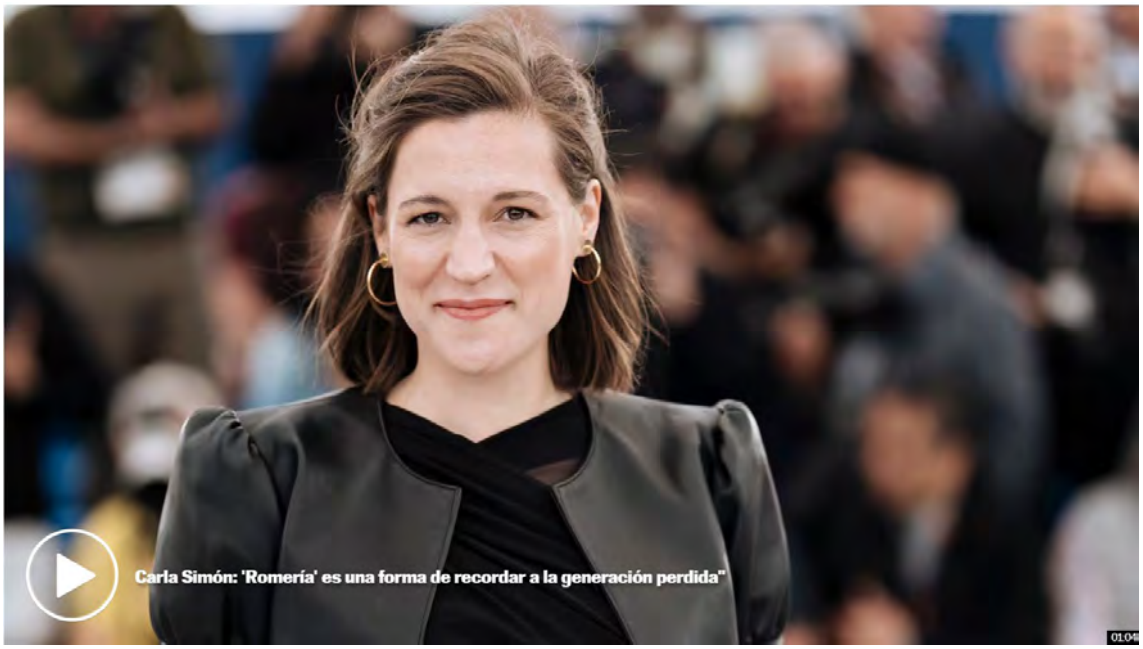
· *Daru/n*
· *De Madrid al cielo*
· *De-Sastre*
· *Deadline*
· *El otro lugar*
· *Gaupasa*
· *Patrimonio*
· *Remember me*

EL PAÍS

FESTIVAL DE CANNES

Buena acogida crítica en Cannes a las dos películas españolas en competición: ‘Sirât’ y ‘Romería’

El wéstern sobre ‘raves’ de Oliver Laxe ha provocado más controversia y debates enconados, mientras que la indagación familiar de Carla Simón ha recibido cálidas alabanzas



Carla Simón posa ante los fotógrafos este jueves al mediodía en Cannes.

Gregorio Belinchón Enviado especial a Cannes - 22 MAY 2025 - 13:14 CEST

El paso por la sección de Competición de Cannes de Sirât y Romería, las dos películas españolas presentes en el apartado principal del festival francés, ha sido en general positivo para la crítica mundial. Si a Romería la ha recibido con más cariño la prensa anglosajona, Sirât ha provocado reacciones enconadas en la crítica francesa.

En el cuadro que publica diariamente Le film français, que solo recoge votaciones de medios franceses, a Sirât o la odian o a la aman. Las valoraciones se gradúan desde una carita de enfado a una, dos y tres estrellas y una Palma de Oro. El filme de Oliver Laxe logra cuatro palmas (de, por ejemplo, Libération, que apunta: “Laxe sumerge a un padre y a su hijo pequeño en el corazón de una fiesta libre en medio de la arena, en un viaje alucinante en busca de su hija desaparecida”) y otras tantas tres estrellas; pero

también tres caras de enfado, dos de ellas de dos medios potentes, Cahiers du Cinéma y Le Figaro, que la califica de “indigna” y que asegura “que descuida la trama; y la potencia de los decibelios de la banda sonora acentúa la debacle”. Con todo, la media es muy favorable.



Oliver Laxe, en la rueda de prensa de 'Siràt' el pasado 16 de mayo. Benoit Tessier (REUTERS)

Otra de las parrillas de críticos internacionales que siguen el festival se publica en la revista británica Screen International. Ahí las votaciones varían de una a cuatro estrellas, y la media de Sirât es estupenda, de 2,5, recibiendo cuatro estrellas de medios como The Telegraph y The New Yorker.

Finalmente, la tercera parrilla a consultar, la de la revista Croisette Gala, con medios internacionales, y que usa el mismo sistema de valoración que Le film français, le otorga tres palmas y varias votaciones con tres estrellas. Solo Peter Bradshaw, de The Guardian, le da una estrella. En las revistas especializadas en el audiovisual, Sirât ha salido bien parada. Para The Hollywood Reporter “es una película hermosa, llena de esos paisajes pausados que tanto le gustan al director. Sin embargo, su mensaje puede ser abrumador y, a veces, extrañamente confuso".

Para Variety, “el viaje por carretera de Oliver Laxe es insoportablemente tenso y cada vez más demencial a través de un purgatorio en el desierto. Desafiando todas las leyes conocidas de la narrativa y el género, evoca una visión brillantemente extraña y digna de culto de la psicología humana puesta a prueba hasta sus límites”. Las opiniones de IndieWire y de Deadline son muchísimo más laudatorias, y esta última se detiene en el “sonido y la furia” que Laxe lleva a su viaje sobre la familia y las pérdidas.



Una imagen de 'Sirât'.

Las críticas sobre Romería, de Carla Simón, que se proyectó este miércoles en la Competición, son menos controvertidas. En el cuadro de Le film francais no logra ninguna Palma, pero sí cuatro valoraciones de tres estrellas (entre ellas, de L'Humanité y Libération, que la califica de "película sobria, inspirada en su vida"), y hay varios críticos que la recuperarán en su segundo día de proyecciones (su pase justo al mediodía llevó a bastante prensa a posponer su visionado hasta este jueves), Cahiers du Cinéma le otorga dos estrellas.



Llúcia Garcia, en el centro, en 'Romeria'.

En The Screen International, Romería alcanza una media de 2,7: de 12 votaciones, una la valora con cuatro estrellas y ocho con tres, entre ellas, las de The Telegraph, el alemán Die Zeit, el mismo The Screen International, The Guardian y The New Yorker (vota el ganador del Pulitzer Justin Chang). En la parrilla de Croisette Gala, Romería logra casi la unanimidad: todas las votaciones son de dos y tres estrellas, entre ellas la de Étiene Sorin, de Le Figaro, que explica que es "un filme lleno de gracia".

The Hollywood Reporter no ha publicado crítica, aunque sí entrevista con Simón. En Deadline hay tantos buenos términos como críticos con Romería: "Resplandece con calidez, pero tantas insinuaciones de poca importancia hacen que el proceso narrativo se sienta tan pesado como la arena mojada. Simón llega a un punto, pero ciertamente toma el camino más largo". Y en Variety, Guy Lodge, uno de sus críticos estrella, la valora como un "encantador y pensativo viaje costero", y apunta: "Seguramente impulsará aún más su creciente perfil de cineasta independiente después de su estreno en la Competición en Cannes".

SENSACINE

Festival de Cannes 2025 día 8: 'Romería' y 'Sirat', dos joyas españolas que dejan huella y podrían alzarse con la Palma de Oro

22 may. 2025 a las 16:15

Dos españoles, Carla Simón y Oliver Laxe, presentan sus nuevas películas en el certamen. Aquí las repasamos



Gran representación española este año en el festival de Cannes. Oliver Laxe y Carla Simón compiten en la sección oficial con dos propuestas muy diferentes, pero realmente increíbles. Laxe ya ha presentado dos películas anteriores en el certamen y las dos han sido galardonadas. Simón aún no ha sido premiada en Cannes pero sí lo fue en Berlinale, haciendo historia como la primera cineasta española en hacerse con el Oso de Oro.

Los dos podrían ser candidatos a la Palma de Oro, así que nos toca estar bien atentos por si el ganador de este año tiene nombre español. Alejandro G. Calvo habla de las dos películas en su nueva crónica.

'Sirat', una película que te deja en shock

Después de Todos vós sodes capitáns (2010), Mimosas (2016) y O que arde (2019), Oliver Laxe llega con Sirat, que ha fascinado a la crítica internacional en Cannes. La película va de un padre, Sergi López, que viaja con su hijo pequeño

a Marruecos para buscar a su hija mayor, que está perdida. Él cree que está en una rave, no la encuentra y decide unirse a un grupo de raveros en rumbo a otra fiesta. Es un viaje físico que se convierte en un viaje psicológico.



"Lo sorprendente es que, a mitad de película, la película cambia", dice G. Calvo mientras avisa de que no va a desvelar 'spoilers', "Pasan cosas graves y la película gira completamente y se convierte en cine de aventuras y cine bélico. No voy a decir nada de lo que ocurre, pero es increíble. Hay gente a la que le ha sentado muy mal lo que pasa y, en general, a la crítica le ha alucinado".

> **“Yo me quedé en shock total, no me podía creer lo que estaba viendo”**

"La primera parte se parece mucho a las otras películas de Laxe, pero la segunda parte, que es donde la película se cristaliza, es una sorpresa total", concluye.

'Romería', la tercera entrega de una biografía fílmica

Carla Simón perdió a sus padres cuando era muy pequeña -ella tenía 5 ó 6 años y fallecieron de sida- y se trasladó a vivir con unos familiares a La Garrotxa, una comarca de Girona. Este suceso forma una parte intrínseca a su filmografía y Romería, la cinta que presenta en Cannes este año, es la nueva entrega de la biografía fílmica que está construyendo después de Estiu 1993 y Alcarràs.

En palabras del crítico y 'publisher' de SensaCine, Simón construye sus historias "a partir de sus relatos, lo hace con una naturalidad y una poesía despampanante.

El grado de madurez que tienen sus dos primeras películas parecen los títulos 14 o 15 de la filmografía de una cineasta y, en cambio, son la primera y segunda".

> **“A pesar de que sus relatos son profundamente dramáticos, no estira el melodrama en absoluto, lo vuelve naturalista. Consigue un grado de intimidad con sus actores realmente bello. Toda la esencia del cine de Carla Simón tiene una verdad tan profunda que hace que la poesía de alguna manera fructifique”**

En Romería la cineasta vuelve de nuevo a la autobiografía y parte de los diarios de su madre. Es el viaje de una joven que viaja de Barcelona a Vigo a conocer a su familia materna, dado que ella, huérfana, realmente no tiene recuerdos de su madre. Es un viaje de conocimiento donde, de nuevo, la mano maestra de Carla Simón retrata esa intimidad de los personajes y se adentra en el misterio de entender a su madre y a sí misma.

"Donde realmente crece la película, donde realmente se vuelve, creo yo, algo importante, es en su último tercio -de nuevo, sin spoilers-, donde se abre a lo fantástico. Y esto sí que es nuevo en el cine de Carla Simón. Me parece que aquí Simón tiene sus mejores momentos como cineasta", concluye G. Calvo.

the FILM EXPERIENCE
Awards, Actresses and Cinematic Musings

Cannes Diary 05: "Sirât" derails expectations

Thursday, May 22, 2025 at 3:00PM

by Elisa Giudici



Film festivals remain the last true sanctuary for an endangered species of film experience: going in cold. Armed with little more than a title, director, an evocative still, or a whisper of plot, you surrender to the unknown. The magic of Sirât is that even this meager intel offers no real map for the territory director Oliver Laxe is about to unveil; not even the most seasoned cinephile will be able to predict the journey ahead. The bittersweet truth, however, is that in describing this film, I am surely chronicling an experience that will be increasingly hard to replicate. Like its protagonists, Esteban and Luis, you must lose yourself in Sirât, allowing the unexpected to detonate within you. But can such a pure encounter survive an age where every narrative tremor is seismically registered and dissected online mere hours after a world premiere?

Nevertheless, I'll endeavor to convey the thrill of what has been, for me, the most electrifying jolt in this year's competition...

I wouldn't bet on it for the Palme d'Or—despite it being, by a considerable margin, the most audacious and original vision —because I find it hard to picture this particular jury embracing such a defiantly unconventional choice. Laxe's film defies tradition and predictability from the outset, even as its foundational plot points might initially seem familiar.

We follow a tired father Luis (Spanish star Sergi López) and his young son, Esteban, as they navigate the Moroccan desert in their sputtering old Seat. Their path intersects with a tide of European ravers, drawn to the desolate landscape to lose themselves for days in the throb of hypnotic, relentless beats. This unlikely pair is on a desperate search for Esteban’s sister, who vanished without a trace from one such desert gathering. Did she choose to disappear, or did tragedy strike? Luis rolls the dice, bringing his son into this alien world to distribute flyers, slowly forging connections within a community whose life philosophy is light-years from his own. Laxe employs a seemingly conventional outsider's lens to bore deep into the lives, memories, and moral codes of individuals who cling to the dunes even as civil unrest boils over and the military moves to expel foreigners from an increasingly perilous zone. There's always another rave, further out, harder to reach. Reaching this next outpost isn't Luis's original mission, but the hope of finding his sister forces a recalculation.

This mirrors Laxe's own fiendishly clever screenplay, which initially appears to chart a recognizable course—the cautious convergence of disparate worlds, the unearthing of shared humanity beneath cultural divides, the bonding forged in adversity. Yet, neither the destination nor the film's core message is what one might initially suspect. Two portents loom over the film. The first is its title, Sirât, alluding to the razor-thin bridge in Islamic eschatology spanning hell and paradise, a passage notoriously treacherous. The second is a casual remark from a raver who has salvaged a faulty speaker from desertion. She tells Luis that each speaker possesses its unique voice, never knowing when it might fall silent forever. It's a poignant metaphor for the human condition itself, in a film that plumbs its most profound and dramatic depths, with these monolithic speakers standing as mute yet thundering witnesses to the characters' odysseys—totems in an absurd landscape, awaiting the ritual of dance.

What makes Sirât so brilliant is its relentless capacity to ambush the viewer, again and again, forcing a re-evaluation of sanity as it's claimed by both the grieving family and the nomadic ravers. In the end, Laxe crafts a potent narrative about how even the most self-destructive choices, when viewed from the inside, possess their own internal, compelling logic. It's a stark illustration of how the ache for profound connection—or the agony of its absence—can fuel the most bewildering rationales, or their complete dissolution. As one character chillingly observes, one can be so profoundly altered (by substances, yes, but also by the tidal wave of shock that can obliterate even pain) as to be rendered incapable of thought. Sirât is precisely that: so devastatingly beautiful, so powerful, that as you stumble out of the theater, you're left riding an emotional wave, coherent thought momentarily suspended.

As if that weren't enough, Sirât stands as one of the few genuinely singular films of recent memory, a true original that masterfully subverts audience expectations to build to its staggering crescendo. It dares to use profoundly unconventional characters—defined by their fringe experiences and life choices—as a mirror to the universal human experience, reflecting how even the most seemingly 'ordinary' among us, beneath our veneer of rationality, are prone to acts of blind faith or breathtaking folly, often finding ourselves walking sightless, acutely aware of the precipice, yet cornered by our own momentum, ultimately accepting the risk, perhaps even surrendering to it.

ARTS & CULTURE

Cannes Review: 'Sirat' Is a Journey Through Hell

Six years after 'Viendra le feu' (2019) won the Un Certain Regard Jury Prize, Oliver Laxe returns with Sirat.

Wael Khairy May 22, 2025



A rave erupts in the heart of the Moroccan desert. Speakers throb like engines in the sand. The dirty clearing is surrounded by the Atlas Mountains looming large. The air is thick with dust. Every stomp of bare or booted feet kicks up clouds of it into the air. As the camera glides through the crowd, we see a layer of sand clinging to everyone. The sand is coating everyone's skin and sticking to their sweat-soaked clothes. It's as if the earth beneath their feet is trying to swallow them whole.

The ravers look like a tribe of outcasts. Some dance with missing limbs. Others in patched, shredded clothing. Yet they seem free. The beat moves through them like a current. It syncs their bodies into one convulsing organism. Most of them look like they've stumbled out of a Mad Max film. Except for one man. He walks among them, out of place, out of sync. Clutched in his hands are flyers of his missing daughter. Behind him trails his son and a small puppy. The music keeps pulsing. He keeps searching.

Six years after Viendra le feu (2019) won the Un Certain Regard Jury Prize, Oliver Laxe returns with Sirat. Only this time, this co-production between Spain and Morocco is competing in the main competition. The film takes its name from the Sirat Bridge in Islamic tradition. According to tradition, the Sirat Bridge is a razor-thin path suspended over Hell that every soul must cross on the Day of Judgment. Only the righteous will make it safely to Paradise. It symbolises the ultimate test of morality. The film follows a father on a spiritual journey through the desert. The landscape becomes that bridge between life and death.

We soon learn that he and his son have been searching for his missing daughter for five months. One of the ravers sympathizes with the old man. She tells him about another rave that is set to take place after this one. Only it'll take place much deeper in the desert. When he asks if she and her group are going there, they don't give him a clear answer. But he can sense it. That's where they're headed next. And maybe, just maybe, that's where his daughter is.

Laxe uses 16mm film to capture their journey through hell. The grainy texture gives the images a psychedelic quality. In one hypnotic shot, the camera is fixed to the back of a moving truck facing the street. The ground seems to glide. Pebbles smear past in streaks. Then a single white line emerges, slicing the road in two. It holds steady for a moment, then breaks into dashes. The faster they move, the more abstract the road becomes.

The old man and the ravers are taking a backroad to avoid the main one which is swamped with army vehicles and checkpoints. Not unlike the Sinai desert in Egypt. Soon, the journey gets harder. With no other route, they're forced to drive through the mountains. Laxe clearly nods to Sorcerer, William Friedkin's remake of Henri-Georges Clouzot's The Wages of Fear. Like those films, Sirat becomes a battle between man and nature. But here, the desert is even more punishing than the Latin American jungle. Narrow dirt roads snake up the mountain. One wrong turn and it's all over. As if that weren't enough, the land is scattered with mines left behind from World War II. Every inch forward is a gamble.

The suspense is relentless. There were long stretches where I found myself at the edge of my seat. One scene in particular left me in complete shock. I gasped and covered my mouth. It's an image I'll likely never forget. I doubt I'll see a more jaw-dropping moment at Cannes this year. I have a strong feeling this film will walk away with an award, possibly Best Actor for Sergi López. His performance is the emotional core of the film.

If there's one aspect that left me wanting more, it's the ending. After such a gripping, visually arresting journey, the film's final moments felt slightly underwhelming. It doesn't quite deliver the emotional payoff you might expect from a story rooted in loss. But perhaps that's the point. Closure is not always granted, especially in the wake of devastation.

Sirat operates as both a physical and metaphysical journey between grief and transcendence. Laxe constructs a cinematic odyssey through purgatory. By the time it ends, you're relieved. Not because it doesn't deliver, but because it leaves you physically and emotionally drained.

Sirât: Oliver Laxe's thrilling desert parable lets the music take control

A father in search of his lost daughter enters a world of illegal Moroccan desert raves in the Spanish director's teeth-rattling sensorial experiment.



Sirât (2025)

By **Mark Asch** 22 May 2025

Evangelists for theatrical moviegoing tend to emphasise its superiority as a visual experience – "see it on the biggest screen you can" – and Óliver Laxe's Sirât, shot in the remote desert of northern Morocco, is certainly a sight to behold. But more than that, it's an auditory feast – one that should be consumed at maximum volume. Sirât opens at an illegal rave in the shadow of the mountains, where throbs of deep bass reverberate off the rock and shake the audience into a trance state beyond conscious thought.

Shortly before opening night of Cannes 2025, the festival released an announcement heralding the installation of Dolby Atmos in the Grand Auditorium Louis Lumière, making it the largest theater in Europe to feature the immersive surround sound system. Some have suggested that this infrastructural upgrade was necessitated by the arrival of Mission: Impossible — Final Reckoning. But, with apologies to Tom Cruise, it's hard to imagine a better showcase for the Lumière's new capabilities than Sirât.

The film's sound design, mixing David Letellier's dance music score with howling wind, ambient rumble, and the occasional shocking explosion, continues at the same teeth-rattling density throughout its two-hour runtime. It locks into a groove that feels appropriate for Laxe's sensorily told and intuitively narrated parable, one roughly concerned with humankind's relationship to the sublime.

In the film's opening credits-sequence, dancers throw shapes in unself-conscious ecstasy. The camera singles out five dancefloor veterans whom Laxe has known for a decade through the Free Party movement. As in his previous film Fire Will Come (2019), Laxe builds his story around nonprofessional actors with unconventional physical presence – weathered faces and sinewy bodies, as well as multiple missing limbs – speaking to a life spent embracing an alternative lifestyle.

Also on the dance floor, though not by vocation, is Luis (Spanish actor Sergi López), who has come to Morocco, along with his preteen son Esteban (Bruno Núñez) and their terrier Pipa, to search for his daughter, Esteban's older sister, who left home five months ago and hasn't been seen since. But what starts as a The Searchers (1956) riff – a desert odyssey about a father in pursuit of a fugitive daughter lost to some unfathomable Other – quickly shifts when authorities arrive to shut down the rave, due at least in part to some unspecified but near-apocalyptic global crisis that lingers offscreen like the morning sunlight outside the doors of the club. Gridlocked in a convoy of evacuees, the five ravers break away in their two jerry-rigged trucks and speed across the desert en route to another party somewhere around the Mauritanian border. Luis, still in search of his daughter, follows in his smaller van.

Jungle is massive but so is the Sahara: the trucks carve their path through the arid, staggeringly empty expanse, driven on by their own soundtrack, Mad Max: Fury Road (2015) style. The ravers and the searchers warm to each other, Luis and Esteban soon welcomed into a found family built on positivity and good vibes – Esteban even gets a crusty half-rattail buzzcut. But the demands of this journey are existential, and the stakes tragic. As in Clouzot's The Wages of Fear (1953), and (more specifically) Friedkin's remake Sorcerer (1977), to which Sirât nods with harrowing cliffside-hugging drives on narrow mountain roads, nature is indifferent, and death is meted out arbitrarily.

To what end? Laxe staged another spiritual quest through the Moroccan desert in his 2016 'Muslim Western' Mimosas, and here likewise he has executed a high-degree-of-difficulty shoot in which the cast and crew traverse rocky and windblown

vistas past the edge of human civilisation, reaping gorgeous visual rewards. The word "sirât," an opening title card informs us, is an Islamic term referring to the bridge, narrow and treacherous, across which we might pass between heaven and hell.

In Laxe's ravishingly distilled film, this concept is brought to life with a shot of trucks teetering on the brink of oblivion, and random moments of violence. It's also dramatised by a hypnotic scene, late in the film, where characters explore a perilous landscape on blind faith, like a cartoon character suspended in midair after running off a cliff, seemingly kept alive only through their surrender to the rhythm of the universe, which in Sirât embodies in every shake of a subwoofer, stirring body and soul on a preverbal level. Let the music take control.



Fotograma del cortometraje 'Talk me', de Joecar Hanna · Fotografía: Talk me

FESTIVALES

El otro cine español en Cannes: nuestro audiovisual saca pecho entre brujas y criptosectas

Nombres como el de Gala Hernández López, Marc Camardons, Joecar Hanna o Brais Revalderia han ocupado puestos de privilegio en el festival francés

MATÍAS G. REBOLLEDO 23.05.2025

Hemos llegado a la recta de meta del Festival de Cannes. Tras más de una semana de cine, los tres largometrajes españoles que competían en la Croisette ya se han puesto de largo en Francia: 'Sirat', 'Romería' y 'Ciudad sin sueño' se han convertido en historia de nuestro cine en uno de los certámenes con más presencia nacional de la historia reciente. Pero, ¿qué hay más allá de la dictadura del largometraje? Mucho y muy bien cine español. Entre pases, aplausómetros y alguna que otra fiesta 'cannoise' -pero, lamentablemente sin premios-, en Kinótico hemos hablado con cuatro cineastas incipientes que han acudido estos días al festival más importante del mundo con proyectos de lo más distintos entre sí.

Es el caso de Joecar Hanna ('Talk me') y Marc Camardons ('Per bruixa i metzinera'), que competían en la sección editorializada por la prestigiosa escuela de cine La Cinef; Gala Hernández López ('+10k'), que hizo lo propio en la Quincena de Cineastas; y Brais Revalderia y María Fernanda Ordóñez Morla ('Fillos do vento: A rapa'), que se han presentado en el vanguardista apartado de la Competición Inmersiva.

"Recibimos un mail a las 11 de la noche. Nos preguntaba una Dimitra si nuestro corto tenía ya estreno en festival y si era de la escuela. No sabíamos quién era Dimitra, qué quería y por qué nos escribía. Le mandamos todo y le respondimos, ahí nos dijo que era de La Cinef y que en un mes volvíamos a hablar de nuevo. Un abrazo, Dimitra. Llegamos a pensar que era una broma de muy mal gusto", bromea divertido Camardons, director de la onírica 'Per bruixa i metzinera' y, definitivamente, una de las voces a seguir en el panorama nacional. Y sigue: "Estar en Cannes sobrepasa a todas las expectativas. En industria, en cine, en talento, en nombres... también en postureo, claro. Es maravilloso y horrible a partes iguales", confiesa el realizador, que ha llegado al certamen de la mano de un corto desarrollado en la ESCAC durante algo más de tres años.

Su película, que gira alrededor de una mujer que empieza a tener visiones de la montaña en llamas, es una producción de corte naturalista que juega inteligentemente al realismo mágico: "Fue un proceso creativo en el que me metí mucho a investigar sobre brujería del siglo XVII en los Pirineos. Leí muchos tratados y libros al respecto. Y, a partir del símbolo de la bruja y textos judiciales antiguos, readaptamos todo a nuestros tiempos. Así fue como encontramos la historia, en equipo", completa Camardons, que rodó su espectacular corto cerca de la zona de Madrona (Alto Urgel). "El fuego de las hogueras que vemos lo hizo mi padre quemando durante cinco horas ramas, sin parar. Teníamos que aprovechar también las fiestas y las fechas del pueblo, sin intervenir, para que no quedara impostado", completa sobre el rodaje.

Spike Lee y el capitalismo tramposo

En una liga más caótica e incluso más terrenal, por su origen como cineasta, juega 'Talk me', el corto de Joecar Hanna apadrinado por el mismísimo Spike Lee. "Empecé a trabajar en esto en Valencia, haciendo de todo. Desde el departamento de cámara a la edición y el montaje, por ejemplo. Hice videoclips, series y películas... todo para ahorrar y poderme ir a estudiar a Nueva York", relata el realizador, que en su película juega a lo clandestino a través de dos personajes, la intrigante Melanie Smith y Pedro, al que da vida él mismo. "Resulta que Spike Lee da clase en el Master de NYU [Universidad de Nueva York] en el que yo estaba, y está con nosotros algunos meses dándonos acceso a tutorías. Está muy solicitado, y cuando pude estar con él no se creía que yo fuera el protagonista. Además, como todavía era la época de las mascarillas, estuve todo el rato con ella puesta mientras veíamos la película", recuerda entre risas Hanna, que ya viene preparando su salto al largometraje durante el último año y medio.

"Llegar a Cannes es una experiencia increíble, pero es cierto que he tenido bastante tiempo para irla digiriendo. Me dieron el primer aviso alrededor del 14 de febrero y el 18 se había confirmado. Para alguien que todavía tiene pocas cosas ahí fuera es genial, pero realmente no sé el calado que puede tener. Supongo que abre muchas puertas", apunta Hanna. Esa experiencia es la que ya ha vivido, en parte, una directora como Gala Hernández López. Ganadora del Premio César al Mejor Cortometraje en 2024 por 'La mecánica de los fluidos', en la que exploraba la masculinidad frágil en clave incel, esta directora española afincada en Francia revalida su voz en el panorama 'cannoise' con el corto '+10k', que ha encontrado su lugar en la Quincena de Cineastas. "Es obvio, ¿no? Es donde todo el mundo quiere estar. Para alguien joven, como yo, que todavía no ha hecho largos, lanzar un corto en Cannes es lo mejor que me podía pasar. También, a nivel de mi carrera, ayuda a encontrar futuros productores, ayuda a que las negociaciones sean más consecuentes y ayuda a tener un perfil identificable, que te conozcan y conozcan tu trabajo. Te da legitimidad como directora", explica a Kinótico en los pasillos del Palais.



Pol Gasco Robles en un fotograma de '+10k', de Gala Hernández López

Y es que tras tocar el cielo de cinematografía francesa con su debut, Hernández López vuelve a incidir sobre lo que concierne a los hombres jóvenes de hoy en día. '+10k' sigue a Pol Gasco Robles, un joven de 21 años que vive con su abuela y que sueña con ganar, al mes, la cifra del título. A través de un lenguaje cinematográfico fresco, en el que se rompe la cuarta pared como mandato continuo y se mezclan códigos digitales con el crepitar de la película, Gala Hernández explora los cursos de "desarrollo personal", las mentiras, la mercadotecnia y la dialéctica aspiracional a la que están expuestos millones de jóvenes hoy en día: "Surgió todo de un artículo de El País, en 2022. El titular era 'La criptosecta ha secuestrado a nuestros hijos'. Me quedé fascinada, porque más de 50 familias habían acabado denunciando a una

empresa por un delito relacionado con la creación de sectas. Todo en el contexto de unos cursos de educación financiera y criptomonedas", responde, sobre un filme cuya excelencia estética no debería hacer pasar por alto su elocuencia discursiva sobre las trampas emocionales del capitalismo.

Un prodigio técnico

Más allá del Palais, de las fiestas del Martínez y de aquellas cuyo lugar de celebración ni siquiera trasciende, hay un lugar aún más exclusivo en la lujosa -y, a veces, algo hortera- ciudad francesa. Se trata de la Competición Inmersiva del certamen, un lugar de privilegio en el que este año nuestro país ha estado representado por 'Fillos do vento: A rapa', dirigido a cuatro manos por Brais Revalderia y María Fernanda Ordoñez Morla. ¿De qué se trata? A través de un espacio más digno de una pinacoteca que de una sala de cine, el séptimo arte intenta hacerse grande a través de las sensaciones más vivas. "Todo empezó como un rodaje para un documental algo más convencional. Pero, de pronto, nos dimos cuenta de que podíamos trascender el medio, ir más allá para que la gente de verdad entienda la tradición. También había ahí un valor histórico, el de poder grabar con la última tecnología los últimos vestigios de una costumbre que quizá deje de existir cuando mueran quienes la practican ahora", le cuenta Revalderia a Kinótico, cual padre orgulloso, sobre un proyecto que documenta a rapa, la doma controlada de los caballos salvajes en el seno de Galicia.

"Es un impulso no solo a tu carrera, si no también a tu manera de hacer las cosas. A tu manera de entender el cine como algo más expansivo", apunta Revalderia, que ha compartido categoría con proyectos mucho más museísticos. 'Fillos do vento: A rapa', en todo su despliegue, cuenta con varios paneles que vuelven viva la imagen registrada y, además, le añade detalles como el del olor a la humedad del césped y el del sonido, gracias al que lo sensorial se vuelve el centro del relato. "Más allá de la tradición, que pondremos en valor en el documental más canónico en el que estamos trabajando, lo que nos interesaba aquí era utilizar la mejor tecnología. Queremos que las imágenes se conviertan en documentos históricos, de algún modo", se despide y confiesa Revalderia, que tiene además otros tres proyectos en marcha con su productora y estudio, con sede en Nueva York.

verTele!



MOVISTAR PLUS

Movistar Plus+ lanza el tráiler oficial de 'Los sin nombre', su serie de misterio con Miren Ibarguren y Milena Smit

Pau Freixas dirige este thriller "con toques sobrenaturales" que se estrenará a finales del mes de junio

Redacción verTele 22 de mayo de 2025 17:03 h

Movistar Plus+ ha lanzado un nuevo avance de Los sin nombre, la serie que estrenará el próximo 26 de junio. Dirigida por Pau Freixas (Todos mienten) y creada junto a Pol Cortecans (Citas), esta ficción es la adaptación televisiva de la novela homónima de Ramsey Campbell. Las actrices Miren Ibarguren y Milena Smit protagonizan la historia junto al actor argentino Rodrigo de la Serna.

El proyecto, que, según detalla su propio director, es un "thriller con toques sobrenaturales", nos sitúa en la vida de Claudia (Ibarguren), una mujer que pierde a su hija Ángela de forma traumática para descubrir, años después, justo cuando empieza a recuperarse del trauma, que puede que aún siga con vida.

“Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!”. Esta es la frase estremecedora que Claudia escucha por teléfono y que le dará esperanzas. Claudia recurrirá entonces a Salazar (De la Serna), el inspector que llevó el caso tras la desaparición, y a Laura (Smit), la joven a la que Ángela, una niña especial con un extraño don, salvó la vida tras un grave accidente de tráfico. Juntos seguirán la pista de la pequeña a través de misteriosos lugares que esconden una verdad aterradora.

El reparto de la serie lo completan Dani Pérez Prada, Susi Sánchez, Pablo Derqui, Ana Torrent, Elvira Mínguez, Eva Santolaria, José Manuel Poga y Francesc Garrido, entre otros. Los sin nombre es una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Filmax,



Miren Ibarguren en un fotograma de 'Los Sin nombre' Movistar Plus+



Milena Smit y Rodrigo de la Serna en 'Los Sin nombre' Movistar Plus+



José Manuel Poga y Milena Smit en 'Los sin nombre' Movistar Plus+

LA RAZÓN

Vistazo a 'Los sin nombre', la serie de misterio de Miren Ibarguren y Milena Smith en Movistar Plus+

Un thriller con toques de misterio y sobrenatural que se estrenará a finales de junio



Captura de Miren Ibarguren en 'Los sin nombre'

Bianca Munteanu 22.05.2025 21:10

Miren Ibarguren y Milena Smith son las protagonistas de la nueva serie de misterio que se estrenará próximamente en Movistar Plus+. Un thriller con toques sobrenaturales que llegará a nuestras pantallas a partir del 26 de junio y que se centrará en la vida de Claudia (Ibarguren), una mujer que pierde a su hija de manera bastante traumática y años después descubre que puede estar viva.

"Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!", le pide con desesperación la niña. Lo que lleva a nuestra protagonista a recurrir al inspector que llevó el caso y a Laura (Smit), a quien la pequeña salvaba la vida después de sufrir un accidente. Juntos, comenzarán a seguirle la pista a Ángela, pero no tardarán en toparse con una

verdad aterradora. Una ficción impactante cuyo elenco se completa con Rodrigo de la Serna, Dani Pérez Prada, Susi Sánchez, Pablo Derqui, Ana Torrent, Elvira Mínguez, Eva Santolaria, José Manuel Poga y Francesc Garrid.



La producción se ha llevado a cabo en colaboración con Filmax. "Apenas llevo unas semanas de rodaje de 'Los sin nombre', pero la serie ya empieza a mostrar su alma", confesaba el creador y director Pau Freixas sobre su obra. "Es un thriller con pequeños toques sobrenaturales, y aunque podríamos decir que plantea si los milagros existen, de lo que realmente habla la serie es de la necesidad de las personas de creer en algo. De encontrar un sentido a sus vidas", asegura.



Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme! Tráiler de 'Los sin nombre'

Vía Movistar Plus+, Filmax por **Wanchope** 22 de mayo de 2025



Movistar Plus+ presenta el tráiler oficial de 'Los sin nombre', serie original producida en colaboración con Filmax que se estrenará en la plataforma el próximo 26 de junio. La serie, basada en la conocida novela de Ramsey Campbell que ya fuera llevada al cine en 1999 por Jaume Balagueró, es un "thriller con pequeños toques sobrenaturales", según explica su productor y director, Pau Freixas, también principal responsable creativo de 'Todos mienten'.

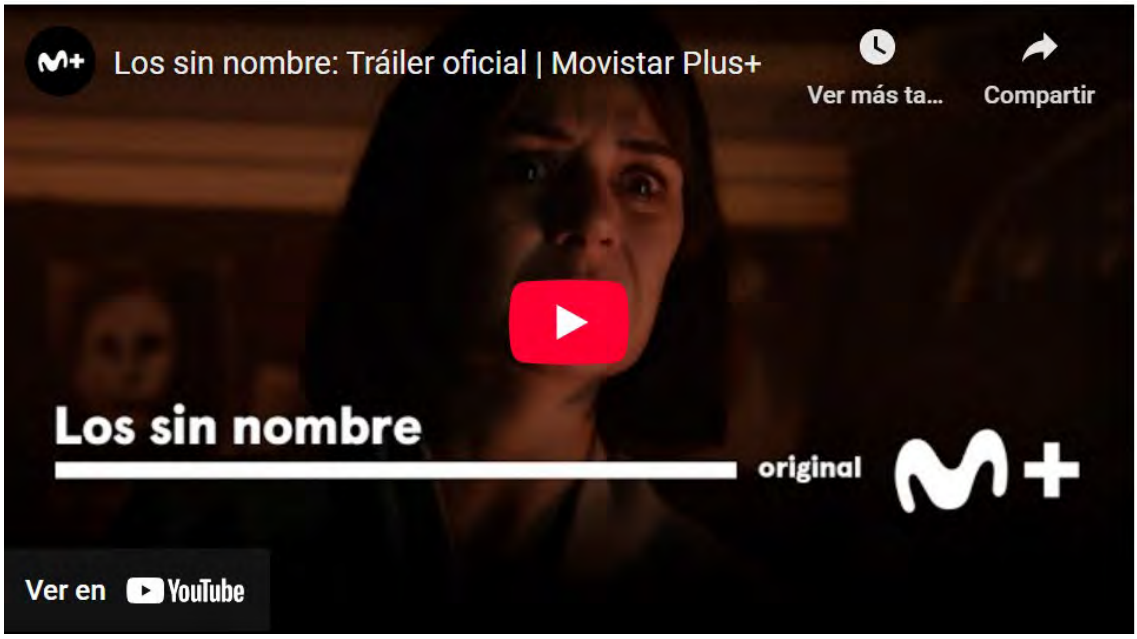
La serie nos presenta a Claudia, una mujer que pierde a su hija Ángela de forma traumática para descubrir, años después, justo cuando empieza a recuperarse del trauma, que puede que su hija aún siga con vida. "Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!". Esta es la frase estremecedora que Claudia escucha por teléfono y que le dará esperanzas.

Claudia recurrirá entonces a Salazar, el inspector que llevó el caso tras la desaparición, y a Laura, la joven a la que Ángela, una niña especial con un extraño don, salvó la vida tras un grave accidente de tráfico. Juntos seguirán la pista de la pequeña a través de misteriosos lugares que esconden una verdad aterradora.



Miren Ibarguren como Claudia, Rodrigo de la Serna como Salazar, y Milena Smit como Laura encabezan el reparto de esta serie escrita por Pol Cortecans ('Citas') y dirigida por el citado Pau Freixas que también cuenta con Dani Pérez Prada, Susi Sánchez, Pablo Derqui, Ana Torrent, Elvira Mínguez, Eva Santolaria, José Manuel Poga o Francesc Garrido, entre otros.

'Los sin nombre' es una serie original de Movistar Plus+ creada por Pau Freixas y Pol Cortecans que consta de un total de seis episodios; los seis dirigidos por el propio Freixas y escritos por Cortecans. Fran Araújo, Pau Freixas, Carlos Fernández, Laura Fernández y Jaume Balagueró son sus productores ejecutivos.



HOBBYCONSOLAS

HOBBYCINE

SERIES Y TV

Movistar Plus+ lanza el tráiler de su próxima serie, Los sin nombre, un thriller que ya tuvo su adaptación en cines



José Carlos Pozo 22 may. 2025 17:06h.

Tráiler de Los.sin.nombre**, la nueva serie de intriga de Movistar Plus+ basada en la novela de Ramsey Campbell que ya tuvo su adaptación en cines a finales de los 90.**

El próximo mes Movistar Plus+ estrena en su catálogo *Los sin nombre*, una nueva serie de intriga española basada en la novela de Ramsey Campbell que llevan a cabo **Pol Cortecans** (*Mentiras pasajeras*) y **Pau Freixas** (*Todos mienten*).

Es posible que te suene su título, ya que en 1999 tuvo una adaptación a la gran pantalla bajo la dirección de Jaume Balagueró que protagonizaron Emma Vilarasau, Karra Elejalde, Tristán Ulloa y Pep Tosar.

Para abrir boca, la plataforma ha lanzado el **tráiler oficial de *Los sin nombre***, el cual puedes echar un ojo a través del vídeo que te dejamos a continuación.

De qué trata *Los sin nombre*, la nueva apuesta de Movistar Plus

Con **Miren Ibarguren** (*Matusalén*, *Fenómenas*, *El juego de las llaves*) al frente del reparto, la trama de la serie gira en torno a Claudia, una mujer que cinco años atrás perdió a su hija Ángela de forma traumática. Sin embargo, **una misteriosa llamada telefónica hace que recupere la esperanza ante la posibilidad de que su hija siga con vida**.



Con la ayuda de el antiguo inspector que llevó el caso de Ángela y de una joven que fue salvada por la pequeña, **Claudia tratará de seguir la pista de su hija a través de misteriosos lugares que esconden una verdad aterradora**.

"Claudia, una mujer que pierde a su hija Ángela de forma traumática para descubrir, años después, justo cuando empieza a recuperarse del trauma, que puede que su hija aún siga con vida. 'Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!'. Esta es la frase estremecedora que Claudia escucha por teléfono y que le dará esperanzas.

Claudia recurrirá entonces a Salazar, el inspector que llevó el caso tras la desaparición, y a Laura, la joven a la que Ángela, una niña especial con un extraño don, salvó la vida tras un grave accidente de tráfico. Juntos seguirán la pista de la pequeña a través de misteriosos lugares que esconden una verdad aterradora", detalla su sinopsis oficial.

Aparte de Miren Ibarguren, conforman el reparto de la serie **Rodrigo de la Serna** (*La casa de papel*), **Milena Smit** (*La chica de nieve*), **Daniel Pérez Prada** (*Como Dios manda*), **Susi Sánchez** (*Mentiras pasajeras*), **Pablo Derqui** (*Su majestad*), **Ana Torrent** (*Cerrar los ojos*), **Elvira Mínguez** (*Ana Tramel. El juego*), **Eva Santolaria** (*Todos mienten*), **José Manuel Poga** (*El correo*) y **Francesc Garrido** (*Clanes*).

Los sin nombre **se estrena en el catálogo de Movistar Plus+ el próximo 26 de junio de 2025** con todos sus episodios. ¿Qué te ha parecido el tráiler de la serie?

Así es el tráiler de 'Los Sin Nombre': El thriller sobrenatural con Miren Ibarguren que te hará cuestionarlo todo

Raúl Amores 22 mayo, 2025



Miren Ibarguren en la serie Los Sin Nombre

Miren Ibarguren protagoniza el nuevo thriller psicológico «con pequeños detalles sobrenaturales» dirigido por Pau Freixas. ¡Descubre su tráiler!

'Los sin nombre' llegará en breve a la pantalla con su adaptación de la novela de Ramsey Campbell. Pau Freixas ('Todos mienten') es el director de la serie, además de crearla junto a Pol Cortecans ('Citas'), que podremos ver como original de Movistar Plus+ en colaboración con Filmax. Ahora, Movistar Plus+ ha desvelado su tráiler oficial que puedes ver más abajo.

Una ficción con la que Pau Freixas «plantea si los milagros existen«, aunque, puntualiza que «de lo que realmente habla la serie es de la necesidad de las personas de creer en algo«. Asimismo, el productor ejecutivo, Fran Araújo (Movistar Plus+) afirma: «Los guiones de Pol son adictivos y llenos de personalidad, y la visión de Pau sobre la historia nos cautivó desde el primer momento. Tiene todos los ingredientes que buscamos en una serie: punto de vista, ambición artística y deseo de llegar a un gran público«.

¿Cuándo se estrena la serie 'Los Sin Nombre'? Su fecha de estreno es el 26 de junio de 2025 en Movistar Plus+, al completo con sus seis episodios. Ahora puedes ver su tráiler oficial:

Así es la serie 'Los Sin Nombre': todos los detalles

Sinopsis de 'Los Sin Nombre' ¿De qué trata la serie de Movistar?: «¿creer o poder?»

Claudia (Miren Ibarguren), una mujer que pierde a su hija Ángela de forma traumática para descubrir, años después, justo cuando empieza a recuperarse del trauma, que puede que su hija aún siga con vida. «Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!». Esta es la frase estremecedora que Claudia escucha por teléfono y que le dará esperanzas.

Claudia recurrirá entonces a Salazar (Rodrigo de la Serna), el inspector que llevó el caso tras la desaparición, y a Laura (Milena Smit), la joven a la que Ángela, una niña especial con un extraño don, salvó la vida tras un grave accidente de tráfico. Juntos seguirán la pista de la pequeña a través de misteriosos lugares que esconden una verdad aterradora.

¿Hay algún adelanto de la serie 'Los Sin Nombre'?

Ahora, puedes ver el tráiler oficial de la serie liderada por Miren Ibarguren, entre otros.



Reparto, protagonistas de 'Los Sin Nombre', la serie

Su elenco está liderado por Miren Ibarguren ('Supernormal'), Rodrigo de la Serna ('La Casa de Papel') y Milena Smit ('El hoyo 2').

Los nombres que completan el reparto son Dani Pérez Prada, Susi Sánchez, Pablo Derqui, Ana Torrent, Elvira Mínguez, Eva Santolaria, José Manuel Poga y Francesc Garrido, entre otros. 'Los sin nombre' aterriza en Movistar Plus+ en 2025



El thriller se ha rodado en distintos puntos de Barcelona como Calders, Cerdanyola del Vallès, El Prat de Llobregat, Esparreguera, L'Hospitalet de Llobregat, Lliçà d'Amunt, Seva, Terrassa, Sant Adrià de Besòs, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat y Santa Coloma de Cervelló. Además, 'Los sin nombre' también se graba en Vidrà, Girona, y Poble nou del Delta, en Tarragona.



Los sin nombre

Tráiler de ‘Los sin nombre’, el nuevo thriller sobrenatural de Movistar Plus+ encabezado por Miren Ibarguren y Milena Smit

Por J Vallejo - 22 mayo, 2025

Movistar Plus+ refuerza su apuesta por la ficción original con ‘Los sin nombre‘, una inquietante serie que llegará a la plataforma el próximo 26 de junio.



Bajo la dirección de Pau Freixas, conocido por su trabajo en Todos mienten, y coescrita junto a Pol Cortecans (Citas), la serie adapta la novela de culto de Ramsey Campbell, fusionando el suspense más clásico con elementos sobrenaturales que prometen poner los pelos de punta.

El relato gira en torno a Claudia, interpretada por Miren Ibarguren, en un registro radicalmente distinto al cómico que la ha hecho popular. Claudia es una madre devastada por la desaparición de su hija Ángela, cuya pérdida marcó su vida para siempre.

Sin embargo, cuando ya comenzaba a reconstruirse, una llamada telefónica trastoca su aparente estabilidad: “Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!”. La frase, cargada de terror y esperanza, despierta la posibilidad de que su hija aún esté viva.



Decidida a seguir esa pista, Claudia acude al inspector Salazar, papel asumido por Rodrigo de la Serna, el mismo que investigó el caso años atrás. Junto a ellos se une Laura, interpretada por Milena Smit, una joven marcada por una experiencia sobrenatural ligada a Ángela, que le salvó la vida en un accidente de tráfico.

Laura también guarda sus propios fantasmas, y su vínculo con la niña desaparecida será crucial en el desarrollo de una trama que se adentra en zonas oscuras del alma y del mundo.

A medida que avanza la investigación, los protagonistas se adentran en escenarios cada vez más inquietantes, con símbolos, visiones y pistas que desafían la lógica. No solo deberán enfrentarse a las verdades ocultas del pasado, sino también a las fuerzas invisibles que parecen manipular sus destinos. Freixas ha descrito la serie como “una exploración del dolor y la redención, con el suspense como vía para hablar de las cicatrices que nunca sanan”.

El reparto coral incluye también a figuras como Susi Sánchez, Pablo Derqui, Ana Torrent, Elvira Mínguez, Eva Santolaria, José Manuel Poga, Francesc Garrido y Dani Pérez Prada. Con ellos, Los sin nombre construye un universo coral y tenebroso, donde cada personaje esconde una clave para resolver un enigma mayor de lo que nadie imagina.

Producida por Movistar Plus+ en colaboración con Filmax, la serie se suma al auge del thriller psicológico español, pero con una clara vocación internacional y una factura visual ambiciosa. La adaptación, además, toma ciertas libertades respecto al texto original para profundizar en los perfiles emocionales de sus personajes y reforzar el componente paranormal que ya sugería la novela.

Con seis episodios que prometen mantener la tensión hasta el último segundo, Los sin nombre se postula como uno de los títulos más impactantes del verano. El tráiler recién estrenado ya deja entrever una atmósfera opresiva y elegante, marcada por la fotografía sombría y una música inquietante que acompaña la caída de sus personajes hacia lo desconocido.

EuropaSur

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,9
AVE: 2734 €
ÁREA: 741 CM² - 83%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1010
OTS: 11000
SECCIÓN: PORTADA

22 Mayo, 2025



Controversia y acción

El Ayuntamiento de Algeciras defiende el rodaje de 'Marbella' por su repercusión económica y asegura que no se nombra a la ciudad

Grabación de una escena de la serie en el cerro de La Bajadilla, ayer.

EuropaSur

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,9
AVE: 2734 €
ÁREA: 741 CM² - 83%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1010
OTS: 11000
SECCIÓN: PORTADA

22 Mayo, 2025



El Ayuntamiento cree que el rodaje de 'Marbella' no estigmatiza a Algeciras

● Argumenta que aporta beneficios económicos y no menciona a la ciudad en la trama

G. Sánchez-Grande ALGECIRAS

El rodaje de la serie Marbella, producida por Buendía Estudios para Movistar Plus+, está convirtiendo en escenarios de ficción algunos de los enclaves más conflictivos de Algeciras. La Ballenera en Getares o la barriada de La Bajadilla acogen esta semana escenas del proyecto, que narra con crudeza los entresijos del narcotráfico en el sur de España. Mientras otras ciudades como Barbate y La Línea de La Concepción han declinado participar por considerar que la serie lesiona la imagen local o no respeta a las víctimas, el Ayuntamiento de Algeciras ha dado luz verde al rodaje y defiende que no se están representando hechos reales ni se menciona el nombre del municipio.

Según ha confirmado el Consistorio a *Europa Sur*, los permisos se han concedido tras cumplir con todos los requisitos administrativos y documentales exigidos. "Se ha actuado como en cualquier otro rodaje", indican fuentes municipales, que recuerdan que en los últimos años han autorizado grabaciones de plataformas como Netflix, HBO o la propia Movistar.

Las zonas autorizadas se limitan a vías de competencia municipal: la zona de la Ballenera, la barriada de La Bajadilla y la playa del Rinconcillo (próximamente). En estos lugares se han desplegado cámaras, focos, camiones técnicos y un equipo de más de cien personas que ha generado un notable impacto visual y logístico en la vida vecinal. La serie eligió el pasado martes para filmar en las empinadas y deterioradas calles



ERASMO FENOY

Expectación y curiosos junto al personal del rodaje de 'Marbella', ayer en La Bajadilla.

San Luis, Teruel, Gerona y Huesca, en plena Bajadilla, una de las zonas más castigadas social y urbanísticamente de la ciudad. El uso de espacios degradados, donde se han producido tiroteos e incendios recientes, ha generado controversia entre algunos vecinos, que ven en el rodaje un reflejo incómodo de la marginalidad.

TASA POR OCUPACIÓN Y BENEFICIOS ECONÓMICOS

En respuesta a si el rodaje ha conllevado algún tipo de contraprestación económica o material para la ciudad, el Ayuntamiento aclara que la productora ha abonado "las correspondientes tasas por ocupación de vía pública", como establece la normativa vigente. No ha habido exigencias adicionales en forma de compensaciones por las alteraciones que la grabación pueda causar en el tráfico o la convivencia vecinal.

El Consistorio sí defiende que la producción ha generado beneficios indirectos para la economía local: la reserva de 80 plazas hoteleras durante dos semanas, el uso diario de servicios de hostelería para más de cien personas, y la contratación de 150 figurantes locales, todos dados de alta en la Seguridad Social.

¿QUÉ SE ESTÁ GRABANDO?

Una de las principales dudas que ha rodeado al rodaje era si Marbella recrearía episodios recientes y dolorosos del narcotráfico, como el asesinato de dos guardias civiles en Barbate el pasado febrero. Desde la productora se ha asegurado al Ayuntamiento que "no se recrea ningún hecho que haya ocurrido en la vida real" y que el guion se basa en una obra de ficción. Aun así, la serie ya ha rodado en escenarios como la desembocadura del río Palmones, la ensenada de Getares o la antigua ballenera de Algeciras, que fue transformada el pasado viernes por la noche para simular una escena con narcolanchas y luces de emergencia, a pesar de que la Autoridad Portuaria denegó el permiso para rodar en el agua por razones de seguridad.

El Ayuntamiento afirma que ha mantenido "varias reuniones de trabajo presenciales" con los responsables del proyecto, y que la Delegación de Seguridad Ciudadana coordina los permisos con la Policía Local para garantizar el desarrollo del rodaje sin afectar al normal funcionamiento de la ciudad.

¿ALGECIRAS COMO ESCENARIO O COMO PERSONAJE?

Una de las críticas más repetidas a este tipo de producciones es que refuerzan el estigma del Campo de Gibraltar como territorio dominado por el narcotráfico. Algeciras no escapa a esa sombra. Sin embargo, el Ayuntamiento intenta desmarcarse de esa lectura y asegura que en ningún momento la ciudad aparece como tal: "Ninguna de las tramas se desarrolla en Algeciras, por lo que el nombre del municipio no figurará en la serie".

La intención de la productora, según trasladaron a los representantes municipales, es no vincular explícitamente los escenarios reales con los nombres de las ciudades donde se ha rodado. El mensaje es claro: se usan las calles, no los nombres. Algo que no ha convencido a otros municipios afectados por la violencia del narco. El alcalde de La Línea, Juan Franco, rechazó frontalmente participar, argumentando que no habían autorizado ni reuniones ni rodajes porque "la serie no contribuye en nada a mejorar la imagen del municipio". En Barbate, por su parte, las autoridades locales declinaron participar por respeto a la memoria de las víctimas.

El Consistorio asegura que la producción cumple todos los requisitos legales

"ESPERAMOS QUE LA IMAGEN SEA LA MÁS POSITIVA POSIBLE"

Desde Algeciras, el gobierno local se limita a manifestar su "máximo respeto" a las decisiones adoptadas por otros municipios. Y añade: "Esperamos, al igual que nuestros vecinos, que la imagen que se ofrezca del Campo de Gibraltar en general y de Algeciras en particular, sea la más positiva posible".

La Voz de Galicia

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 6006 €
ÁREA: 105 CM² - 42%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 44516
OTS: 395000
SECCIÓN: OCIO

23 Mayo, 2025



«Las Berrocal», una terapéutica docuserie llena de secretos familiares

Movistar estrena la producción sobre la vida de tres generaciones de mujeres

M. PÉREZ
REDACCIÓN / LA VOZ

Un hombre con dos familias, abandonos, sufrimiento por amor, salud mental y mucha terapia de grupo es como se podría resumir *Las Berrocal*, una docuserie de cuatro capítulos ya disponible en Movistar Plus+. Vicky Martín Berrocal; su hermana Rocío; su madre, Victoria, y su hija, Alba, llevan semanas con una intensa promoción, que ha ido desde ser portada del *¡Hola!* a una entrevista entre hermanas en el exitoso pódcast de *A solas con Vicky*, sin olvidarse del inexcusable paso por *El hormiguero,* de Pablo Motos.

Uno de los datos que más ha impactado de las confesiones que el clan Berrocal hace en una cuidada producción dirigida por Nata Moreno —autora también del documental *Ara Malikian, una vida entre las cuerdas*—, es la de la doble vida de su padre, José Luis Martín. El caso es que Vicky Martín Berrocal ya se lo había contado a su amigo Bertín Osborne hace años en *Mi casa es la tuya*. Aun así, la vida poliamorosa del patriarca, que mantuvo durante años dos familias, una en Huelva y otra en Madrid, y múltiples relaciones extramatrimoniales, según confiesa Victoria Martín, es uno de los ejes sobre los que gira el documental.

Porque, de esa forma de criarse, de vivir, de crecer, de relacionarse, afloran muchos de los traumas que afrontan Vicky Martín Berrocal y su hermana Rocío: el abandono (hay que recordar que a la pequeña la dejaron durante cuatro años con los guardeses de la finca en plena adolescencia) o las dificultades que aseguran que han tenido en su vida sentimental. En el caso de la diseñadora y empresaria, una trayectoria pública desde su boda con el torero Manuel Díaz, el Cordobés, en el año 1997, hasta su última relación conocida con Enrique Solís, pasando por Denilson de Oliveira, Álvaro Muñoz Escassi, Israel Bayón, Lin Cortés o el empresario portugués João Viegas Soares.



Rocío M. Berrocal, Victoria Martín, Alba Díaz y Vicky Martín Berrocal. EFE

Mientras las cuatro mujeres, de entre 25 y 78 años, debaten profusamente sobre el amor y las relaciones, y en general sobre su diferentes formas de ver la vida, al tiempo que lloran, descubren secretos, ríen y beben vino, se van intercalando momentos profesionales de Vicky Martín Berrocal, como la inauguración de su tienda, la grabación de su pódcast o una mudanza. Todos ellos aderezados por una hija que, en ocasiones, le reprocha sus errores de crianza, aunque poco después la alaba como madre. También le pide que se relaje y deje de controlarlo todo.

¿Las Berrocal o las Kardashian?

Desde hace tiempo, cuando comenzó la producción de *Las Berrocal*, las comparaciones con el clan Kardashian han sido innumerables. Vicky Martín Berrocal se pidió ser Kim, la más conocida de la famosa familia que también muestra su vida, o al menos parte de ella, en televisión.

Moda y glamur

Mientras Alba Díaz se abre en canal y habla del acoso escolar que sufrió en el colegio y de las dificultades que ha supuesto en su vida ser hija de famosos, también llora al no ser capaz de recordar la época en la que sus padres fueron felices, ya que el divorcio llegó cuando ella era muy pequeña. Contrasta su sincera vulnerabilidad con la fuerza de su abuela, que, a sus 78 años, asegura que aún guarda muchos secretos y se muestra como la más disfrutona de las cuatro.

La estatua de José Luis Martín, polifacético empresario que se dedicó a los toros, el fútbol y el boxeo, entre otros negocios, preside el jardín de la casa del Rocío en la que vive la matriarca del clan, que pide a la virgen de la Blanca Paloma por sus más allegados «y por mis seguidores de Instagram». El recuerdo de José Luis, su inesperada muerte, su azarosa vida sentimental y su absoluta presencia en la vida de sus hijas y su mujer, impregna todos los capítulos en los que *Las Berrocal* terminan otorgándole la máxima redención a todos sus errores y pecados.

Es probable que esa cuasi beatificación, o esa aceptación del padre, sea de las cosas que más chirrían. Pero, indudablemente, su vida y sus actos han conformado el carácter y la trayectoria de las cuatro mujeres protagonistas.

El Día

23 Mayo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 47
AVE: 1217 €
ÁREA: 96 CM² - 30%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 4296
OTS: 50000
SECCIÓN: GENTE Y CULTURA



Televisión

La empresaria y diseñadora estrena en Movistar Plus+ el 'reality' que protagoniza junto a su familia

Vicky Martín Berrocal, la nueva Kardashian: «Esta serie ha sido terapéutica»

MARISA DE DIOS
Santa Cruz de Tenerife

El éxito del *reality* de las Kardashian ha hecho que se hayan multiplicado las docuseries sobre clanes familiares *vips*. En España teníamos, por ejemplo, el de los Pombo en Amazon Prime Video, al que a partir de esta semana se unen *Las Berrocal* en Movistar Plus+, con las mujeres de la vida de la empresaria Vicky Martín Berrocal: su madre, Victoria Martín Serrano; su hija, Alba Díaz Martín, y su hermana, Rocío Martín Berrocal. «Yo veo a las Kardashian desde hace dos temporadas y son tías de éxito con una madre que ha tirado mucho del carro. Como la mía, que también lo ha hecho, y con menos recursos», explica Vicky Martín Berrocal, que defiende que en su *reality* no han pretendido emular a nadie. «Simplemente hemos defendido ser nosotras mismas y enfrentarnos a la vida con valentía y humildad».

«Simplemente nos enfrentamos a la vida con valentía y humildad», dice la protagonista

Fue ella la que animó a su familia a sumergirse en esta aventura televisiva de cuatro episodios, en las que se las ve de mudanza, inaugurando una de las tiendas de Vicky en Madrid, compartiendo viaje a Marrakech y desvelando secretos familiares. Muchos de ellos están relacionados con el patriarca, el ya fallecido José Luis Martín Berrocal, que fue ganadero y empresario en diferentes sectores y que mantuvo una doble vida, con dos familias. «Mi padre está presente todo el rato. Incluso tenemos un busto de él en casa de cada hija, así que lo ve todo», señala.

«Esta serie ha sido muy terapéutica para nosotras», reconoce la también presentadora del pódcast *A solas con...*, ganador de un Ondas. «Yo creo que lo mejor que te puede pasar en la vida es hablar, no quedarte con nada dentro e irte a la cama en paz. Es algo que la gente debería empezar a hacer, porque te lleva a un sitio sano de convivencia», recalca Vicky.

Eso es precisamente lo que hacen ellas en *Las Berrocal*, reuniéndose en diversas comidas para hablar abiertamente de sus relaciones. «Gracias a ello hoy nos conocemos mucho más de lo que nos conocíamos», recalca Vicky, que incluso se atreve a hablar de hombres a lo largo de la docuserie. «A las mujeres decididas se las admira, porque todas somos valientes por naturaleza». ■

Txuca Pereira / Movistar Plus+



Victoria, Alba, Vicky y Rocío, protagonistas de 'Las Berrocal'.

LA VANGUARDIA
pop

PROS Y CONTRAS

Ana Jiménez, experta en marca personal: "El reality de 'Las Berrocal' tiene un potencial enorme, pero también riesgos considerables para una figura como Vicky"

Una especialista en marca personal de autoridad analiza las luces y sombras del nuevo proyecto profesional de Vicky Martín Berrocal en Movistar Plus+ junto a su madre, su hermana y su hija



Rocío, Victoria, Vicky y Alba muestran su complicidad en el esperado 'docurreality' de Movistar Plus+ que se estrena el 20 de mayo

Adrián Monterrubio 21/05/2025 18:26 Actualizado a 21/05/2025 18:36

El 20 de mayo de 2025 ha marcado un antes y después para ellas. Siempre han sido Las Berrocal, pero ahora más que nunca. El clan de cuatro mujeres, capitaneado por Vicky Martín Berrocal como personaje principal del papel couché desde hace años, traspasa ahora la cuarta pared y nos deja conocer como es su día a día. El de la diseñadora, pero también el de su madre Victoria, su hermana Rocío y su hija Alba. Su docu-reality en Movistar Plus+ ya está disponible.

El caso es que antes del estreno el nombre de estas cuatro mujeres ha estado en boca de todo el mundo, en el marco de una promoción sobre este innovador proyecto en el que abren las puertas de su vida y de su corazón a la audiencia. Sin necesidad de quedarse en lo superficial, e incluso incidiendo en asuntos tan peliagudos como la doble vida que el padre de Vicky llevó cuando ella era pequeña. Todo explicado con pelos y señales. Con sus luces y sus sombras. ¿Es un acierto o es error exponerse de este modo?

Visión de experta

Una especialista en marca personal de autoridad analiza 'Las Berrocal'

Nada mejor para desgranar los pro y los contras de atreverse a protagonizar un formar parte de un programa de estas características que la visión de una especialista. Ana Jiménez (@ana_jmnez), experta en marca personal de autoridad, señala en declaraciones para La Vanguardia "esta apuesta tanto un potencial enorme como riesgos considerables, especialmente para una figura tan consolidada como Vicky Martín Berrocal".

"Un formato como reality y hacerlo junto a la familia revela una estrategia clara por parte de Vicky: la consolidación de su marca a través de la autenticidad y la cercanía. En un momento donde la audiencia busca conexiones genuinas, exponer la dinámica familiar, sus peculiaridades y, sí, también sus conflictos, puede generar una empatía profunda", expone también nuestra experta. Y es que sí, ante todo, es de recibo poner sobre la mesa que hay una parte muy positiva.



El cartel promocional de 'Las Berrocal'. Movistar Plus+

Sobre todo para Vicky, el punto de unión, que consigue humanizar su marca y, según dice Ana, puede "mostrar el lado más personal", cosa que "la despoja de cierta imagen de inaccesibilidad que a veces acompaña a las figuras públicas". A fin de cuentas, la especialista alude a que en Las Berrocal "la vemos en su rol de madre, hermana, hija, amiga", y eso precisamente también sirve para expandir su universo.

"El reality refuerza las marcas personales del resto de los miembros de la familia y crea un ecosistema de influencia que puede ser muy rentable". Por algo tan sencillo como que, tal y como nos explica Sánchez, "los realities son imanes de conversación".

En el foco mediático

El ‘reality’, una forma de mantenerse en el primer plano y generar ingresos

Es decir, son generadores de lo que hoy día se conoce como engagement, “manteniendo a las Berrocal en el foco mediático”.

Esa presencia en los medios no deja de ser un método de diversificación de ingresos. “Más allá de la televisión, un reality abre puertas a nuevas colaboraciones, patrocinios y oportunidades comerciales, apalancándose en la visibilidad generada”, resalta Ana. En cualquier caso, nada de esto obvia bajo la visión especializada que “la exposición inherente a un reality es un arma de doble filo”, porque “si bien la autenticidad es valorada, traspasar ciertos límites puede tener repercusiones negativas en la percepción pública”.



Vicky Martín Berrocal con su hermana, su hija y su madre. Movistar Plus+

“El punto más espinoso”

La doble vida del padre de Vicky, un asunto difícil de afrontar

“El delicado tema de la ‘doble vida del padre’ es, sin duda, el punto más espinoso. La decisión de abordar una cuestión tan íntima y, en su momento, dolorosa para la familia, en un formato público, es arriesgada”, manifiesta también Ana. De ahí que es importante tener en consideración que “si no se gestiona con suma delicadeza, la audiencia podría percibir una exposición excesiva de un trauma personal, lo que podría generar rechazo o la sensación de que se está monetizando el sufrimiento”.

De hecho, tal es la crudeza de un relato como este que "la narrativa sobre este tema podría afectar la imagen de todos los involucrados, tanto los directamente afectados como quienes lo exponen". Ana Sánchez recalca, pues, que "la clave estará en cómo se narra y se contextualiza", en un llamamiento a la herencia para evitar "que el relato se distorsionara y se sacrificara esa autenticidad que siempre han proyectado".

LA VANGUARDIA

EL ESPAÑOL
BLUPER



Manuel Díaz 'El Cordobés', en 'Tardear'

BLUPER

Manuel Díaz 'El Cordobés' habla sin reparo sobre el documental de Vicky Martín Berrocal y su hija: "Me dio miedo al saberlo"

- **El colaborador de 'Tardear' se ha expresado sobre la respuesta de su expareja por sus polémicas palabras sobre su matrimonio.**

Daniel Verdú 22 mayo 2025

La familia Berrocal está de moda. El estreno del documental Las Berrocal, estrenado el pasado 20 de mayo en Movistar Plus+, está protagonizado por la diseñadora y empresaria Vicky Martín Berrocal, su madre Victoria Martín Serrano, su hermana Rocío Martín Berrocal y su hija Alba Díaz Martín.

A lo largo de cuatro episodios de 50 minutos cada uno, ofrece una mirada íntima a la vida de estas cuatro mujeres, explorando su dinámica familiar, sus trayectorias personales y profesionales, y los desafíos que han enfrentado juntas. Sobre este sonado formato, no ha dudado en expresarse Manuel Díaz 'El Cordobés', expareja de Vicky.

En primer lugar, el tertuliano de Tardear habló sobre las polémicas palabras que Vicky realizó sobre su matrimonio, donde afirmó que había "sufrido" en su relación. Posteriormente, la diseñadora matizó sus palabras y dijo que fue ella sola la que no supo gestionar su matrimonio con el torero.

"Fueron unas palabras que se malentendieron. Vivimos unos momentos muy bonitos y tenemos a una hija genial. Lo que se ve es la realidad. Es muy importante esto para Alba", afirmaba Manuel Díaz.

El extorero también dedicó unas palabras a la familia de Vicky: "Adoro a su madre, a su hermana, a su familia. Me quedé un poco en shock cuando lo escuché. Pero en ese momento, mi hija me dijo: 'No busques cosas. Tú ya sabes lo que hay", relataba 'El Cordobés' en el magacín de Telecinco.

Posteriormente, el programa emitía unas cariñosas palabras de Alba Díaz, hija de Manuel y Vicky Martín Berrocal, donde no dudaba en mostrar todo el amor que le tiene a su padre: "Siempre tiene muy buenos consejos para mí. Es mi gurú".

"Siempre que va trabajar, va contento y feliz. Se sabe todos los temas, se los estudia. Aparte de padrazo y buena persona es todo un profesional", añadía Alba Díaz sobre su padre, en conversación con un reportero de Tardear, presente en la presentación del documental.



Manuel Díaz 'El Cordobés', en 'Tardear'

"He sufrido mucho porque yo quería proteger a mi hija. Estos niños tienen su profesión y sus carreras y eligen qué quieren hacer de sus vidas. Los padres tenemos que apoyarlos y darles los mejores consejos", decía Manuel Díaz sobre su relación con su hija.

"Cuando me enteré que Alba iba a hacer el documental, donde se iban a mostrar muchos sentimientos y cosas de ella que son privadas, yo dije, jolín. Me dio miedo porque yo conozco... Tengo mi coraza pero si no la tienes te puede hacer daño", hablaba sin reparo Manuel Díaz 'El Cordobés' sobre el docurreality Las Berrocal.

Por otra parte, el documental ha reavivado tensiones familiares, especialmente en relación con la figura del difunto José Luis Martín Berrocal, padre de Vicky. Marisa Martín del Molino Berrocal, hija del primer matrimonio de José Luis, ha expresado su descontento con la representación de la historia familiar en el programa, señalando que existen "dos vidas, la real y la que se han inventado" .

EL ESPAÑOL
Jaleos del Corazón



Vicky Martín Berrocal junto a su hermana de padre, Marisa, en un fotomontaje

FAMOSOS / LA OTRA FAMILIA

El día que Marisa, la hermana paterna de Vicky Martín Berrocal, estalló: "Hay dos vidas; la real y la que se han inventado"

- El docureality 'Las Berrocal' rescata la historia de la otra familia que José Luis, padre de Vicky, tuvo en paralelo. En 2020 se conoció la otra versión.

Jesús Carmona 22 mayo 2025

"Estoy dolida. No tendrían que salir hablando. Personas que no conocieron ni siquiera a mis abuelos, que salgan diciendo chorradas. Yo no doy un minuto de gloria a la querida de mi padre y a sus hijas", aseguró en 2020, dolida, Marisa Martín del Molino Berrocal, hermana mayor de Vicky Martín Berrocal (52 años) por parte de padre.

En aquel año pandémico, conviene puntualizar, Vicky Martín Berrocal reabrió un suceso familiar doloroso y lacerante en el espacio Mi casa es la tuya: la doble y secreta vida que protagonizó su padre, José Luis Martín Berrocal, pasaje del que ella se enteró a los 21 años. José Luis vivía en paralelo con dos familias.

Por un lado, la oficial, la que formó junto a una mujer llamada Marisa del Molino González; y la otra, la de tapadillo, que vivió con Victoria Martín Serrano (78), madre de Vicky y de la hermana de ésta, Rocío (43). Un escándalo para la época, que se trató de silenciar al principio y que, pasados los años, las Martín Berrocal admitieron y trataron de normalizar.



'Las Berrocal', el día en que se presentó la premiere de su docureality.

Hoy, en 2025, la controvertida intríngulis familiar vuelve a ser analizada y debatida a raíz del estreno del docureality Las Berrocal, protagonizado por Vicky, su hermana Rocío (43), su madre, Victoria Martín Serrano (78), y su hija, Alba Díaz Martín (25), y emitido en Movistar Plus+. Claro está, la matriarca de la saga, Victoria, aborda esta cuestión.

"Yo me enamoré perdidamente de él. No sé cómo pueden ocurrir esas cosas. Yo me mentalicé y me dije 'en este carro vamos dos familias', la que quiera que se baje. (…) Mi vida es de rosas y espinas", ha manifestado la madre de Vicky en el proyecto audiovisual.

También relata Victoria cómo se quedó embarazada y la forma en que engendró a su primogénita, Vicky: "Yo estaba enamoradísima. Loca de amor hice el amor en el coche. Él siempre se quitaba y ese día no se quitó porque no le dio la gana". Una serie de manifestaciones que, indirectamente, colocan al apellido Molino en el foco informativo.

Para tratar de contextualizar, Marisa es hija de José Luis Martín Berrocal y Marisa del Molino González, con quien el empresario estuvo casado desde 1966. De esta unión nacieron tres hijos: Marisa, José Luis y David.

Durante años, la existencia de Marisa y sus hermanos fue prácticamente desconocida para el público. No fue hasta que Vicky Martín Berrocal habló abiertamente sobre la compleja historia de su familia que los nombres de sus hermanos por parte de padre comenzaron a resonar en los medios.



Marisa Martín, hermana de Vicky, junto a su marido, el torero Juan Mora.

A diferencia de Vicky y Rocío, quienes han construido carreras en el mundo de la moda y el entretenimiento, Marisa ha mantenido una postura de total discreción. En una entrevista, expresó su rechazo a la exposición mediática de su historia familiar, asegurando que no quería "dar un minuto de gloria" a la otra familia de su padre.

"Estoy dolida porque a estas alturas de la historia, no tendrían que salir queridas e hijas hablando. Personas que no conocieron ni siquiera a mis abuelos, que salgan diciendo chorradas, no lo entiendo. Yo no doy un minuto de gloria a la querida de mi padre y a las hijas", manifestó Marisa en 2020 para la revista Semana.

"Estoy hablando desde el corazón y lo hago en mi nombre. (...) Estoy enfadada porque ya está bien. Toda la vida aguantando esta historia y ahora, ¿a qué sale?", agregó la hermana de padre de Vicky, haciendo referencia a la charla que ésta tuvo con Bertín Osborne (70).

En esa línea, apuntó: "Ellas se creen su realidad, pero no tiene nada que ver con la mía. Mi familia conoce la existencia de estas señoras desde que aparecieron en nuestra vida. Yo quiero parar esto y que no salpique a mis hermanos".

En aquella dura pero valiente interviú, Marisa desmintió que ambas familias tuvieran trato, ni que éste fuera cordial: "¿Y alguien se cree eso? A mí lo que diga la gente no me importa, yo sé mi verdad. Ni la conocí en su boda ni nada por el estilo. Yo tengo mi vida y estoy súper a gusto con mi familia".



Vicky junto a su madre, Victoria, su hermana, Rocío, y su hija, Alba.

"Y la culpa a lo mejor la tiene mi padre por haberse ido, pero que no cuenten la historia de que él se fue a Huelva... Vicky se ha montado una historia de Sissi Emperatriz que no tiene nada que ver con la realidad. Hay dos historias, la real y la que ella se ha inventado", deslizó la primogénita de José Luis Martín Berrocal.

"Nosotros siempre hemos estado al margen. No voy a dar publicidad a la querida de mi padre ni a sus hijas. La gente que me quiere y mi familia conoce la realidad de esta historia, y no voy a entrar en detalle, que ella haga muchos programas. Ni mis hermanos ni yo ni, por supuesto, mi madre, a ella ni tocarla", concluyó su descargue Marisa en la citada revista.

En el plano más personal y familiar, Marisa está casada con el torero Juan Mora, y ha construido su vida lejos de los focos, enfocándose en su familia y en mantener la privacidad que siempre ha defendido.

Por las palabras de Marisa, entonadas en 2020, se podría colegir que la relación entre ella y sus hermanas nacidas de la relación de su padre con Victoria Marín Serrano es inexistente. Sin embargo, según la versión de Vicky, el contacto con sus hermanos de padre no es diario, pero sí es bueno.

"Yo me fui a Suiza a estudiar, le escribía cartas a mi hermano. Cartas que nunca le mandé. Le conocí al poco tiempo de yo casarme, porque mi padre entendió que yo tenía que conocerlos. Estuvieron el día de mi boda. Somos cinco hermanos, de dos ganaderos", le narró Vicky a Bertín, en aquel espacio emitido en 2020.

Y remachó: "Una camada de tres y otra de dos. Una chica y dos chicos, y luego mi hermana y yo. Mi madre se enteró de que tenía una mujer más, pero le quería tanto que le fue imposible separarse de mi padre. Llegó un momento en que él deja a su mujer de Madrid y ya comparte la vida con mi madre".

El Progreso

PAÍS: España
PÁGINAS: 35
AVE: 4538 €
ÁREA: 650 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 9176
OTS: 69000
SECCIÓN: ESPECIAL

23 Mayo, 2025





GUITARRICADELAFUENTE

"Descubrí la zanfona en Lugo y me transformó"

[sábado **21.00** A CORUÑA] **El cantautor Guitarricadelafuente aterriza en el Coliseum con su último álbum, 'Spanish Leather', una reivindicación de lo queer sin abandonar su amor por el folclore**

TEXTO: **MARTA SÁNCHEZ GENTO**
FOTOS: **ARTGENCY**

ÁLVARO de la Fuente (Benicasim, 1997), más conocido como Guitarricadelafuente, dice que halló en Galicia algo similar a lo que encontró en el Aragón de sus abuelos: música tradicional desde la que partir para transitar su propio camino. Este sábado presenta en A Coruña su último álbum, 'Spanish Leather' [Sony Music, 2025].

Trae a Galicia su último álbum, ¿cuál es su relación musical con esta tierra?

Cuando estaba terminando el disco 'La cantera', fui a un encuentro que hicieron allí, en un pazo de Lugo —no recuerdo exactamente dónde— y conocí a las Tanxugueiras. Hicimos una especie de foliada y ahí me encontré por primera vez con la música tradicional gallega. Me encantó.

¿Estuvo varios días?

Unos tres días. Me llevaron también a conocer a Germán Díaz a su casa y fue donde escuché por primera vez la zanfona, que he acabado utilizando en este disco y en la canción 'Full time papi', que empieza con este sonido. Recuerdo que en ese viaje dije: "¡Ostras, con este instrumento!" Me fascinó y me transformó.

Digamos que su visita a Lugo, de algún modo, fue crucial.

Sí, por lo menos muy productiva. Antes de eso, las Tanxugueiras ya participaron en una de las canciones de 'La cantera'. En concreto, en 'La algarabía', donde hicieron los coros finales. Visitar Galicia fue muy productivo.

Ahora va a cambiar de tercio: es parte del elenco de 'La bola negra', una producción de Los Javis sobre Lorca con Penélope Cruz. ¿Qué nos puede contar del proyecto?

Vamos a empezar a rodar en septiembre, pero ahora, después de pasar por A Coruña, haremos los primeros ensayos. La película está inspirada en una obra de teatro de Alberto Conejero, que a su vez está inspirada en la última obra no acabada de Federico García Lorca. Para mí él siempre ha sido una fuente de inspiración, como para todos los artistas de este país, pero lo que me parece genuino de esta historia es que reivindica el lado más queer de Lorca. Leyendo la historia yo me emocioné muchísimo, y pensé que es algo que me habría gustado ver de pequeño.

Habla de esa reivindicación de lo queer justo cuando acaba de publicar 'Full time papi', que tiene mucho de eso. ¿Ha pensado que el tema puede ayudar a muchos jóvenes a sentirse representados?

Cuando empezamos a trabajar en 'Full time papi', en el concepto, para mí era algo que tenía mucho sentido, pero, en ese momento, no era consciente del alcance o del peso que podría tener a ese nivel. En muchas entrevistas he dicho que me habría gustado ver este tipo de videoclips cuando era pequeño y ahora he tenido la oportunidad de hacerlo yo. Y la acogida ha sido increíble: he recibido mensajes de mucha gente diciéndome esto. Yo lo he hecho porque era lo que salía y me siento conmovido con tanta gratitud.

¿Ha sido muy duro para usted 'desnudarse' de ese modo, mostrar cosas que no había mostrado?

Yo no siento que me haya 'desnudado'. Es cierto que, cuando saqué este vídeo, recibí muchos comentarios de "joder, qué valiente". Y yo decía: "Pero, ¿valiente por qué?" En una sociedad donde nos creemos tan libres de prejuicios, tan abiertos de mente, de repente llamamos "valiente" a mostrar cuerpos o a usarlos de cierto modo, sobre todo, si eres un hombre y muestras cierta actitud más queer. Decir "qué valiente" al final es evidenciar todos los prejuicios que tenemos. Nadie se escandaliza, sin embargo, por los vídeos explícitos de reguetón de hace 15 años.

'Full time papi' ha sido un cambio, pero usted ya vivió una trasformación muy grande con apenas 20 años, cuando colgó un vídeo en YouTube y se le vino la fama encima. ¿Cómo gestionó eso siendo tan joven?

Muy poco a poco. Con 20 años, pasé de estar estudiando a estar volcado en una gira. Era una posibilidad que ni me imaginaba en mi vida y, de repente, me vi dedicándome de lleno a la música con apenas cuatro canciones bajo el brazo. Me sentía con mucha presión o con muchas expectativas, y eso era algo que me limitaba. Ahora siento que lo que he conseguido en estos últimos 3 años que ha durado el proceso de este disco ha sido quitarme la presión, lograr expresar la manera concreta en la que me siento en este momento. Ahora también creo que sé de lo que soy capaz.

En todos sus trabajos musicales, especialmente en los primeros, ha sido muy importante el pueblo de sus abuelos, Cuevas de Cañart, en Teruel. Incluso lo cita en 'Guantanamera'. ¿Qué recuerda de su infancia allí?

Cuando llegas a la vida adulta es cuando de verdad empiezas a valorar esos momentos de tu infancia. Creo que todas esas temporadas que pasaba en casa de mis abuelos, con mis primos y con mis amigos del pueblo, tocando la guitarra, en una casa llena de bandurrias, me marcaron mucho. Mi abuelo era profesor de jota y de bandurria, y en su casa había ese respeto por el folclore de Aragón. Cuando volvía a Benicasim, a mi casa, me llevaba ese pedacito conmigo, y siento que sigue siendo así, y que ha sido una fuente de inspiración, una carta de presentación en mis primeros discos. 'La cantera' es, de hecho, un homenaje a todos esos momentos.

¿Y 'Spanish Leather'?

Creo que ahora el chaval de 'La cantera' ha crecido y, con todo lo aprendido, quiere dejar el pueblo para llenarse de nuevas sensaciones. 'Spanish Leather' es ese viaje a la ciudad para conocer un mundo nuevo.

Cuando aprendía a tocar la guitarra en Cuevas de Cañart, ¿soñaba con llegar hasta aquí?

La música es mi pasión, pero esto ni se me pasaba por la cabeza. Ni siquiera ahora me he parado a pensar hasta dónde va a llegar esto. Siempre intento hacer las cosas bien, pero sin esperar nada a cambio. De hecho, soy negativo, por eso acojo todo lo que me llega con los brazos abiertos.

El Confidencial

ENCUENTRO EL CONFIDENCIAL - LALIGA

¿Cómo funciona la piratería digital y quién la sostiene? Este foro abordará todas las claves

El evento 'Colaboradores invisibles, quién facilita el negocio del fraude audiovisual' explorará cada fase del proceso que convierte una señal ilegal en un producto masivo: servidores, plataformas, pagos, redes sociales y usuarios en riesgo



El evento abordará las claves técnicas, legales y éticas del fenómeno. (LALIGA)

Por **T. M. M.** 22/05/2025 - 05:00

El Confidencial y LALIGA reunirán mañana a profesionales en ciberseguridad, operadores de internet, compañías tecnológicas y juristas con el objetivo de radiografiar el ecosistema de la piratería de eventos deportivos, sus implicaciones legales y su vínculo con el cibercrimen. El evento abordará las claves técnicas, legales y éticas de un fenómeno global que, más allá de la emisión ilegal de partidos, también ampara a redes capaces de robar datos de los usuarios y financiar otras actividades delictivas, según indican los expertos.

¿Cómo funciona realmente la piratería audiovisual? ¿Qué actores están detrás de su infraestructura? ¿Por qué los titulares de derechos han tenido que recurrir a herramientas judiciales extraordinarias para frenarla? Y, sobre todo, ¿cuáles son las consecuencias reales para los usuarios que acceden a este contenido ilícito? A estas preguntas intentarán responder los especialistas participantes en el foro *Colaboradores invisibles, quién facilita el negocio del fraude audiovisual*, una jornada configurada en torno a una ponencia y tres mesas redondas.

Tras el saludo de Nacho Cardero, director de El Confidencial, el público conocerá de forma didáctica el camino digital que recorre la piratería hasta el usuario final. El encargado de explicarlo será el periodista Javier Molina, quien también conducirá el evento junto a Francisco Asensi. Titulada *Anatomía del fraude audiovisual: de la señal al delito*, esta intervención servirá como guía para comprender qué es una IP, cómo funciona el sistema DNS y qué papel juegan los ISP, los servicios de *hosting*, los CDN, las plataformas de pago, las redes sociales y las tiendas de aplicaciones –oficiales y no oficiales– en la cadena de distribución del contenido ilegal.

> El foro 'Colaboradores invisibles, quién facilita el negocio del fraude audiovisual' se articulará en torno a una ponencia y tres mesas redondas

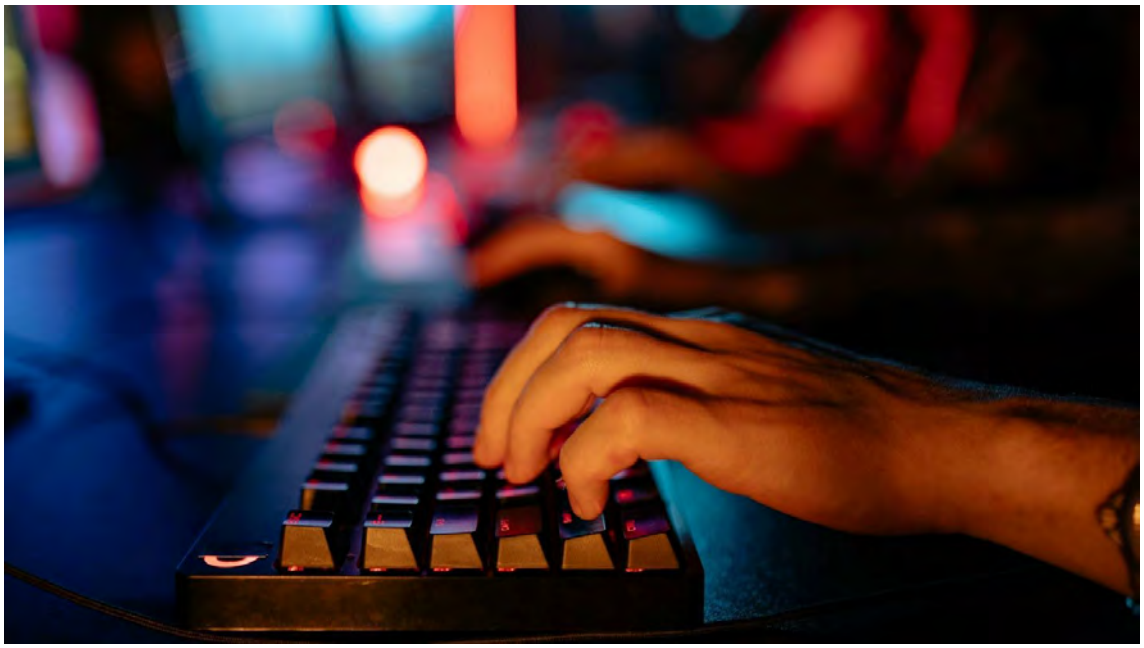
A continuación, tendrá lugar el primer debate, titulado *La libertad en internet: ¿concepto sagrado o coartada para la impunidad?*, que pondrá sobre la mesa uno de los temas más delicados del entorno digital: los límites de la libertad en la red. Aunque existe la idea extendida de que internet es un espacio sin regulación, los expertos que participarán en esta sesión recordarán que el marco jurídico europeo, especialmente el nuevo Reglamento de Servicios Digitales (DSA), impone obligaciones claras a plataformas, proveedores de servicios y titulares de contenido.

Los participantes serán Fran Martínez, abogado de LALIGA, y Jorge Román, CEO de Transparent Edge Services, quienes estarán acompañados por un tercer especialista en la materia aún por confirmar. El debate girará en torno a conceptos como la neutralidad de la red, la proporcionalidad en la aplicación de la ley y el papel que deben desempeñar tanto los reguladores como los propios usuarios en la defensa de los derechos digitales y de propiedad intelectual. El panel abordará, entre otras cuestiones, si los actuales instrumentos legales son suficientes para proteger los derechos audiovisuales en el entorno online y cómo se están aplicando en la práctica por parte de grandes plataformas e intermediarios técnicos.

Intermediarios: entre la colaboración y la omisión

La segunda mesa del evento girará en torno a los mencionados intermediarios, actores esenciales para la existencia –y también la prevención– del fraude digital. Bajo el título *¿Cómplices invisibles o aliados necesarios?*, los ponentes serán Javier Tebas, presidente de LALIGA; Suzana Curic, directora general de AWS (Amazon Web Services) en España y Portugal; y Óscar Vilda, CEO de DAZN en España.

Los tres debatirán sobre el papel que desempeñan empresas como Cloudflare, Google, Amazon o los operadores de telecomunicaciones en la transmisión de contenidos piratas. Se abordarán cuestiones como su capacidad real para detectar y frenar estos delitos, el nivel de colaboración con entidades afectadas como LALIGA y otros titulares de derechos, y los desafíos técnicos y legales que plantea la piratería del directo, más difícil de rastrear y neutralizar que los contenidos estáticos como el cine y la música.



El foro pondrá el foco en torno al fraude audiovisual. (LALIGA)

Uno de los puntos clave será el análisis del llamado caso Cloudflare, al que algunos expertos ya califican como un problema de seguridad nacional por su implicación indirecta en la distribución de señales ilegales. La mesa contará con la moderación de Francisco Asensi, experto en producción audiovisual y contenidos digitales, y pretende aportar luz sobre un asunto que suele tratarse con opacidad: qué hacen —y qué no hacen— los grandes intermediarios de internet ante el avance del cibercrimen vinculado a la propiedad intelectual.

La piratería también amenaza al usuario

El cierre del evento estará centrado en los riesgos que asumen los propios usuarios al consumir contenido pirata. Bajo el título *La piratería como puerta de entrada a otros ciberdelitos*, el último panel pondrá el foco en cómo numerosas aplicaciones que permiten acceder a contenido ilegal están infectadas con *malware* que roba datos personales, bancarios o información sensible. En este espacio intervendrán Adolfo Hernández, director de Operaciones de Seguridad de Banco Sabadell y CISO de Sabadell Digital; Daniel Villegas, fundador y director General de LISA Institute; y el Inspector Jefe José Luis Gómez Pidal, jefe de sección de Delitos Contra la Propiedad Intelectual e Industrial de la Policía Nacional.

> Entre los participantes se encontrarán Javier Tebas (LALIGA), Óscar Vilda (DAZN); Suzana Curic (AWS); y J. L. Gómez Pidal (Policía Nacional)

El objetivo de esta última tertulia será analizar cómo operan las mafias digitales detrás de estas plataformas y qué consecuencias reales tienen para los usuarios. Los expertos coincidirán en que el daño no se limita a los derechos audiovisuales, puesto que el consumidor de piratería que accede a una señal ilegal también se convierte en objetivo del crimen digital.

El foro tiene lugar en un momento crítico en la lucha contra la piratería digital. Tras años de avances técnicos, judiciales y regulatorios, compañías como LALIGA han conseguido desarrollar herramientas que permiten actuar en tiempo real contra las emisiones ilegales. Pero los retos continúan con la aparición de nuevos canales, el incremento de sofisticación tecnológica, la evasión de jurisdicciones o la falta de respuesta de ciertos actores. Con esta jornada, los expertos buscan abrir un espacio de reflexión, análisis y propuestas para avanzar hacia un modelo de internet justo, seguro y responsable.

EUROPA PRESS

FÚTBOL

Condena de 2 años de prisión a un individuo por comercialización ilegal de partidos de LaLiga en hostelería

MADRID 22 Mayo 2025 (EUROPA PRESS) -

El Juzgado de lo Penal nº 3 de A Coruña ha condenado dos años de prisión a un individuo por distribuir, comercializar y dar acceso no autorizado al visionado de partidos de LaLiga en establecimientos de hostelería durante las temporadas 2018-2019 y 2019-2020, según informó este jueves la patronal.

Según indicó la patronal en nota de prensa, el condenado instalaba decodificadores manipulados en diversos establecimientos de hostelería y se dedicaba a la venta de servicios de telecomunicaciones ocultando, tanto a la compañía distribuidora para la que trabajaba como a la entidad de telecomunicaciones, su actividad ilícita relacionada con la comercialización de partidos de fútbol. Además, falsificó documentación y creó una web para simular legalidad y promocionar sus servicios ilegales, causando un grave perjuicio a los legítimos titulares de los derechos audiovisuales.

La condena, por un delito continuado relativo al mercado y a los consumidores, además de por un delito continuado de falsedad en documento privado, establece dos años de prisión, una multa económica, inhabilitación profesional en el ámbito de las telecomunicaciones y televisión de pago, inhabilitación especial para el derecho de sufragio pasivo, y el decomiso de diversos efectos tecnológicos intervenidos. De todos modos, para la suspensión de la pena de prisión, el condenado ha aceptado expresamente la condición de no delinquir durante un plazo de 3 años.

"LaLiga sigue trabajando con firmeza contra la piratería. Sentencias como la de hoy refuerzan su posición y marcan un camino claro en la lucha contra el fraude audiovisual en España", celebró el organismo que preside Javier Tebas.

theguardian

Women's Champions League

Disney+ to enter women's football market with Champions League rights

- **Streaming platform in line to agree five-year deal**
- **Dazn has shown Champions League for four seasons**

Exclusive by **Tom Garry** Thu 22 May 2025 14.25 CEST



Pyrotechnics at the Emirates before Arsenal played Lyon in this season's Champions League semi-final. Photograph: David Price/Arsenal FC/Getty Images

The streaming platform Disney+ is set to show live Women's Champions League matches from next season across multiple European broadcast territories, including the United Kingdom.

It is understood Disney+ has agreed a five-year deal which will mean that it broadcasts every single match in the competition live, which is being perceived as a major step forward for coverage of the European women's game's top club competition.

The streaming platform's move to enter the women's football market follows the news announced in December that Netflix secured the United States broadcast rights for live coverage of the 2027 and 2031 Women's World Cups.

In terms of the UK broadcast market, Disney's arrival means that women's football now has a sixth different major broadcaster covering the sport from next season. The BBC and Sky share the rights to show the Women's Super League, while TNT Sports and Channel 4 have secured a new deal to broadcast the Women's FA Cup, while ITV also cover the England women's team's matches – joined by the BBC for major tournaments. Additionally, every WSL 2 match is available live on YouTube next term.

Such a wide range of different subscriptions being required by supporters wanting to watch every match live may be a concern for some fans in terms of the cost, although it is also understood there will be some free-to-air coverage of the Women's Champions League in the UK too.

For the past four seasons, Dazn has shown the Women's Champions League live across Europe and some matches in the UK have additionally been picked up by TNT Sports. Dazn said: "Dazn is proud to have delivered transformative growth as the global rights holder for the Women's Champions League. Showing every match for free over the last four seasons we have grown the competitions visibility, driving a 71% increase in total watch time."

Disney+ is understood to have made a hugely competitive offer, not only financially but in terms of the quality of their production, in their extensive plans for their coverage. The organisation reportedly has around 125 million subscribers globally.

The deal was agreed by UC3, a new joint venture organised between Uefa and the European Club Association, meaning that club representatives have been involved in the discussions around the broadcast rights deal. The agency Two Circles were commissioned to work on the deal.

The news comes ahead of this year's final, between Arsenal and Barcelona, which is taking place in Lisbon on Saturday and will be Dazn's last game as rightsholders. Barcelona are bidding to win the European title for the third consecutive year after eliminating Chelsea in the semi-finals. Arsenal are in their first final since lifting the trophy in 2007.

The Women's Champions League has a new format from next season. It is relatively similar to to the recently-revamped men's Champions League format, albeit smaller in terms of the number of teams. The women's event will switch from a 16-team group stage to now having a league phase, expanded to include 18 teams, where teams will be ranked in one league table, before a playoff round and then the more traditional knockout phase.

Chelsea, Arsenal and Manchester United have earned the European spots for next term from the WSL as the top three with the latter starting their qualifying campaign in August. Arsenal's 2007 triumph is the only time a British women's club has ever won the European title.

2Playbook

Barça-Arsenal: una final de Champions femenina con 25 millones de inversión en el césped

Blaugranas y 'gunners' son ejemplo del incremento en la apuesta de algunos grandes clubes por el fútbol femenino. El área comercial y la conexión con el fan, en muchos casos joven o no seguidor acérrimo del masculino, claves de su viaje hasta Lisboa.



Jabier Izquierdo 23 de mayo de 2025

Hay finales que son un inicio. El FC Barcelona-Arsenal FC de mañana en el Estadio José Alvalade de Lisboa es un buen ejemplo. El partido por el título de la Women's Champions League será el último en el formato actual y con 16 equipos en liza. A partir de 2025-2026, participarán 18 clubes y se pasará a jugar una fase liga. Todo ello forma parte de un nuevo plan estratégico de la Uefa, que invertirá 1.000 millones hasta 2030 con un proyecto cuyo nombre ya marca el camino: Unstoppable (Imparable). Pero antes de que esto suceda, blaugranas y gunners se enfrentarán en una final que pone sobre el césped 25 millones de euros sólo en inversión en plantilla deportiva. Cifras inimaginables hace unos años.

Cuando estalló la pandemia, el equipo inglés destinaba 2,2 millones de libras (2,6 millones de euros) a salarios de la plantilla y el personal de la sección femenina, cuatro veces menos que en 2023-2024. Entonces, invirtió 9 millones de libras (10,7 millones de euros), frente a los 11,5 millones de euros del Barça, según datos extraídos de Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook.

El equipo femenino azulgrana, que trabaja con una estructura propia desde hace años, presupuestó 12,7 millones en salarios para 2024-2025, mientras que su rival de mañana ha ido elevando su inversión a ritmos de más del 40% interanual, lo que hace prever que esta temporada estará en cifras muy similares. De hecho, su gran fichaje del pasado verano fue Mariona Caldentey, que fichó por las londinenses tras conquistar su tercera Champions con el Barça, la segunda de forma consecutiva.

El vestuario culer es el primer lugar al que miran los grandes clubes ingleses, los únicos de Europa con capacidad de igualar o mejorar sueldos y con la oferta de jugar en una liga que crece a mayor ritmo que la Liga F. El Big Six (Chelsea FC, Arsenal, Manchester United, Manchester City, Liverpool y Tottenham) superó ya los 60 millones de euros de negocio conjunto de sus equipos femeninos la pasada temporada.

Patrocinios, estadios llenos y un fan más familiar

Igual que el gasto, la facturación de los dos finalistas de la Women's Champions League también se ha disparado en los últimos años. Lo ha hecho apoyado en la pata comercial, donde se incluyen patrocinios y merchandising. En el Barça ya hay marcas que han apostado exclusivamente por ellas, como es el caso de Vueling, que incluso ha diseñado un nuevo avión personalizado para los viajes del equipo femenino.

Asimismo, las grandes marcas de ambos clubes activan todas las campañas ya usando jugadores y jugadoras, y el logo de Spotify (Barça) y Emirates (Arsenal) luce en el frontal de ambos equipos desde hace años. Gracias a todo ello, las azulgranas ya presupuestaban más de 13 millones de euros por comercial para esta temporada.

En el caso del Arsenal, la mayor parte de su facturación se anota como "ingresos del grupo". En un ejercicio poco común entre los grandes equipos del fútbol femenino, el club londinense aporta una alta cantidad del presupuesto del femenino por esta vía, por donde se incorporarían los patrocinios. El merchandising y resto de acuerdos publicitarios generaron ya 650.000 libras (770.000 euros) en 2023-2024. Dos años antes, apenas llegaban a 150.000 libras (175.000 euros).

La otra gran fuente del negocio del fútbol femenino actual es el ticketing. Para ello, Barça y Arsenal han abierto sus grandes estadios en los últimos años de manera más o menos recurrente –sobre todo, en la Women's Champions League– con precios populares y buscando que un nuevo perfil de aficionado se sume a su base de fans.

En este sentido, el futfem apuesta por un perfil más familiar, con muchos niños y niñas en los partidos (que se suelen disputar a horas más accesibles para ellos), y seguidores que no sean acérrimos del masculino y que pueden sentirse más conectados con el fútbol femenino. Antes de las obras del Spotify Camp Nou, el Barça consiguió congregar a 91.648 espectadores en las semifinales europeas contra el Wolfsburgo de 2021-2022. Un récord mundial que todavía nadie ha batido.

El Barça gana en rentabilidad

El Barça ya consiguió la pasada temporada alcanzar la rentabilidad. Cerró 2023-2024 con unos beneficios operativos de 604.000 euros. Un hito, de igual manera, para un club de fútbol femenino profesional, y más con una inversión como la que asume la entidad desde hace años. El reto de la sostenibilidad es uno de los grandes caballos de batalla del futfem. En España, poco a poco, se está llegando al break even –el Real Madrid también dejó atrás los números rojos la pasada campaña– y LaLiga ha sacado una nueva normativa por la que cada equipo podrá invertir hasta 2 millones de euros sin que ello le penalice en el límite salarial del primer equipo masculino.

En la Women's Super Lague, los equipos todavía emulan a los de la Premier y siguen gastando más de lo que ingresan. El Arsenal es de los que menos desequilibrio tiene, con apenas 15.000 libras de pérdida en 2023-2024. Su objetivo, si gana la Women's Champions League mañana, estará probablemente más cerca.

La realidad general: el negocio cubre menos del 60% del gasto

Aunque Barça y Arsenal son ejemplos de crecimiento rápido y sostenible dentro del ecosistema del fútbol femenino, la realidad general todavía es algo más pobre. La facturación media en los clubes de élite a nivel global se situó en 1,4 millones de dólares (1,3 millones de euros) en 2024. Esto apenas cubre menos del 60% del gasto que requiere sacar adelante un equipo de una Primera División, con un coste medio de 2,3 millones de dólares (2,1 millones de euros), según un reciente informe de la Fifa.

El regulador del fútbol mundial invita a ver al fútbol femenino profesional como "un negocio típico de start up". ¿A qué se refiere con ello? A la necesidad de los clubes –mayoritariamente, ligados al fútbol masculino– de asumir pérdidas iniciales y proporcionar "una inversión sostenida antes de poder obtener beneficios".

El informe cifra en un 67% el porcentaje de clubes del tier 1 (el que engloba a las principales ligas) que generaron pérdidas en 2024, frente al 15% que obtuvieron beneficios. El 18% restante alcanzaron el break even.

"Es importante que la industria no juzgue el deporte femenino con una métrica de rentabilidad que el deporte en general aún no ha logrado alcanzar de manera constante. Curiosamente, al analizar la rentabilidad de los clubes, se revela que los clubes rentables mantienen un mayor número de jugadoras dentro de sus academias y un mayor porcentaje de jugadoras profesionales", recuerda la Fifa en su tesis sobre la importancia de seguir apoyando esta inversión en femenino por parte de los clubes.

DROITS TV: LES DESSOUS DE LA PROPOSITION DE DAZN POUR ACCOMPAGNER LA CHAÎNE DE LA LIGUE

Loïc Briley Le 20/05 à 16h22



L'histoire entre DAZN et la Ligue de football professionnel est peut-être loin d'être terminée. C'est en tout cas la volonté de la plateforme britannique, qui a imaginé divers propositions à soumettre à la Ligue afin de se muer, dès la saison prochaine, en acteur de choix de la création de sa nouvelle chaîne.

Malgré une relation tumultueuse cette saison, la rupture totale entre la Ligue et DAZN n'est pas encore actée. Un avenir commun est même envisagé du côté de la plateforme britannique. Ce qui est certain, c'est que le contrat actuel qui lie la Ligue au diffuseur va s'achever dans les prochaines semaines. Plus aucun contentieux judiciaire n'existe entre les deux parties.

DAZN doit et va s'acquitter de sa dernière échéance de droits TV d'un montant de 70 millions qu'elle versera au mois de juin. Si jamais Nicolas de de Tavernost, toujours vice-président de CMA Médias et DG de LFP Média qui est à la manœuvre sur le dossier des droits TV, décidait de ne pas envisager un nouveau partenariat avec DAZN, la société

dirigée par Shay Segev paierait un ultime chèque de 85 millions d'euros pour sceller un divorce définitif. Mais malgré une première année compliquée, DAZN souhaite rester implanté sur le marché français et a donc fait une proposition précise pour la suite.

DAZN transfèrerait 650.000 abonnés à la nouvelle chaîne

Selon nos informations, dans le cas d'un nouveau partenariat, DAZN ne paiera plus les 85 millions de rupture de contrat mais s'engage sur les deux prochaines années à couvrir tous les frais de production, éditoriaux, marketing, communication de la Ligue pour un montant annuel de 55 millions d'euros. Soit 110 millions sur deux ans.

Par ailleurs, DAZN s'engage à transférer tout son parc d'abonnés dans la nouvelle structure histoire que la Ligue ne démarre pas avec un de chiffre d'affaires de 0 au premier jour de sa nouvelle aventure. Le nombre d'abonnés en question monte aujourd'hui à environ 650.000. DAZN propose aussi de reverser tous les revenus à la Ligue. Reste à tomber d'accord sur la distribution complète de cette nouvelle structure, dont DAZN serait, de fait, un prestataire qui agirait en marque blanche pour la Ligue.

Les échanges entre DAZN et Nicolas de Tavernost sont quasi-quotidiens et sont décrits comme de grande qualité "sur le fond". Comme annoncé par Philippe Diallo dans l'After sur RMC ce lundi soir, le DG de LFP Média doit proposer les différentes options aux clubs à la fin du mois de mai. Reste à savoir si les arguments de DAZN pour rester dans le paysage footballistique français seront retenus.

MARCA

Mundial de clubes

Televisa tendrá Mundial de Clubes, días después de resolución de TAS a favor de América

DAZN tiene los derechos a nivel mundial pero los revendió a la empresa de Emilio Azcárraga



LW 22/05/2025 - 18:06 CDT

Como si el universo mediático estuviera escribiendo su propio guión de revancha, Televisa acaba de apuntarse otro triunfo en la cancha de los derechos deportivos: transmitirá el Mundial de Clubes 2025. La noticia llega como una bocanada de poder televisivo justo después de que el Tribunal de Arbitraje Deportivo (TAS) emitiera un fallo que le da la razón al Club América en una disputa clave. El tiempo no pudo ser más simbólico.

La televisora de San Ángel, históricamente ligada a las grandes gestas del futbol mexicano, logró cerrar un acuerdo con la plataforma internacional DAZN, que originalmente poseía en exclusiva los derechos del torneo. ¿El resultado? Una jugada maestra que llevará los partidos del nuevo Mundial con 32 equipos a las pantallas de millones de aficionados en México, sin necesidad de pagar por ver.

¿Podrá América jugar el Mundial de Clubes 2025?

El movimiento no es menor: hablamos de un torneo que por primera vez tendrá el tamaño y formato de una Copa del Mundo, con sedes que recorren la geografía estadounidense desde Miami hasta Nueva Jersey. Y mientras Monterrey y Pachuca ya tienen el boleto asegurado, el América aún debe superar al LAFC en un Repechaje que se juega el 31 de mayo. Pero con la reciente victoria legal a su favor, el club de Coapa llega con el ánimo por las nubes y el reflector listo para otra conquista.

Lo curioso es que todo esto ocurre en medio de una transformación silenciosa en la manera de consumir fútbol. DAZN, que en un principio apostó por el streaming global como única vía de distribución, ha comenzado a soltar los hilos en mercados estratégicos. La cesión de derechos a Televisa confirma que, cuando se trata del corazón futbolero de México, la televisión abierta sigue siendo reina.

¿Cuáles juegos del Mundial de Clubes se verán en televisión abierta?

Aunque el anuncio oficial del convenio aún no se ha producido, fuentes internas aseguran que los partidos se verán a través de los canales tradicionales de Televisa, y que podrían incluirse transmisiones especiales, análisis en vivo y hasta cobertura desde Estados Unidos. Un despliegue que no solo busca audiencia, sino reafirmar el papel de la empresa como puente emocional entre el fútbol y el público mexicano.

Con el Mundial de Clubes arrancando el 14 de junio en Miami y una final programada para el 13 de julio en el imponente MetLife Stadium, todo apunta a que este verano será una antesala intensa para la Copa del Mundo 2026. Y Televisa, como tantas veces antes, estará ahí para contarlo... esta vez con una victoria doble: en pantalla y en los tribunales

La Bundesliga firma a Telenet como socio audiovisual en Bélgica para el ciclo 2025-2029

La liga alemana regresa a Play Sports, canal deportivo del operador belga, que fue la televisión de la competición hasta 2018. También emitirá los partidos más destacados de la Bundesliga 2.



Bundesliga FC Bayern Munich Vincent Kompany 2025

2Playbook 22 de mayo de 2025

La Bundesliga volverá a verse en Bélgica a través de Telenet. La liga alemana ha cerrado un acuerdo con el operador de telecomunicaciones para el ciclo 2025-2029. Se desconocen los detalles económicos del acuerdo.

Los partidos se podrán ver en directo a través de Play Sports, el canal deportivo del operador, que también retransmitirá los partidos más destacados de la Bundesliga 2. Telenet ya fue el socio del fútbol profesional alemán hasta 2017-2018.

"Esta operación se enmarca en la estrategia de expansión internacional de la Bundesliga, que ha intensificado su presencia en mercados con fuerte vínculo con el fútbol alemán. Bélgica es uno de los países con mayor número de jugadores en la Bundesliga entre las grandes ligas europeas, y la llegada de Vincent Kompany al banquillo del Bayern de Múnich refuerza el interés mediático en la región", ha destacado la liga en un comunicado.

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 58
AVE: 9683 €
ÁREA: 298 CM² - 53%

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

23 Mayo, 2025



El botín europeo: 400 millones para siete clubes españoles

RÁNKING Reparto de premios en Champions, Europa League y Conference League.

Estela S. Mazo. Madrid

Mientras el fútbol europeo se acerca al clímax de la temporada, las cifras ya dejan claro quiénes han sido los grandes vencedores económicos de las competiciones europeas. Aunque aún queda por disputarse la gran final de la Champions y la Conference League, los premios repartidos hasta ahora muestran cómo la élite del continente se reparte los premios, que suman casi 400 millones para los siete clubes españoles participantes en los torneos de la UEFA. Unas cifras que reflejan que, más allá de los títulos, el gran oro europeo está también en la constancia, en el denominado coeficiente UEFA –que tiene en cuenta los puntos conseguidos– o el atractivo televisivo.

Como máxima competición europea, la Champions decide los reyes financieros del continente. PSG e Inter, que se disputarán la *Orejona* la próxima semana, se erigen como los grandes beneficiados en el ránking de premios. El club francés ha ganado hasta ahora 137,9 millones, aventajando así por la mínima al equipo italiano, con 136,6 millones, según los datos de la plataforma Football Meets Data, la referencia más fiel a la espera de que la UEFA, gestora de la competición, desvele el detalle por conjuntos en el informe económico del próximo año. Uno de los dos sumará otros 6,5 millones adicionales por hacerse con el título, que también garantizará 4 millones por participar en la Supercopa Europea.

El Arsenal completa el podio de la Champions, con 117 millones, por delante del Barça, que fue eliminado en semifinales y quedó con 116,6 millones. Le siguen el Bayern (105,9 millones), el Dortmund (102,2 millones) y, en séptimo lugar, el Real Madrid, con 101,8 millones. Ya por debajo del techo de los cien millones, figuran en el *top ten* el Liverpool (98,1 millones), el Bayer Leverkusen (87,1 millones) y el Atlético de Madrid, con 85 millones. El Girona, cuarto representante español en el torneo, quedó cuarto por la cola con 30 millones.

Europa League

En la Europa League, la segunda máxima competición europea, el trono es para el Tottenham, que se proclamó campeón el pasado miércoles. Su premio total es de 45,4 millones, cifra que lidera el ránking económico de la competición. El segundo lugar corresponde al otro finalista, el Manchester United, con 36,4 millones, por delante del Bodo Glimt (26,2 millones), equipo que en ocho años ha pasado de Segunda División de Noruega a sellar la mejor participación de la historia en competiciones europeas del país. Entre los españoles, Athletic Club, que cayó eliminado en semifinales, se coloca con el quinto mayor premio de la Europa League, que suma a su balance 24 millones.

El Barça es el cuarto club que más ingresa con 116 millones; el Madrid es séptimo, con 101 millones

A nivel global, los reyes son el PSG y el Inter de Milan, que jugarán la final de Champions el 31 de mayo

La Real Sociedad, con 19 millones, queda en el duodécimo lugar.

Conference League

Por último, la Conference League, la tercera y más novedosa de las competiciones de la UEFA, deja también millones en España, a la espera de la gran final del próximo miércoles que disputarán Chelsea y Betis. El club inglés es líder por ganancias en el torneo con 19 millones, mientras que la entidad verdiblanca ha ingresado hasta el momento 17,3 millones. Uno de ellos se embolsará cinco millones más únicamente por hacerse con el título.



Europa Press

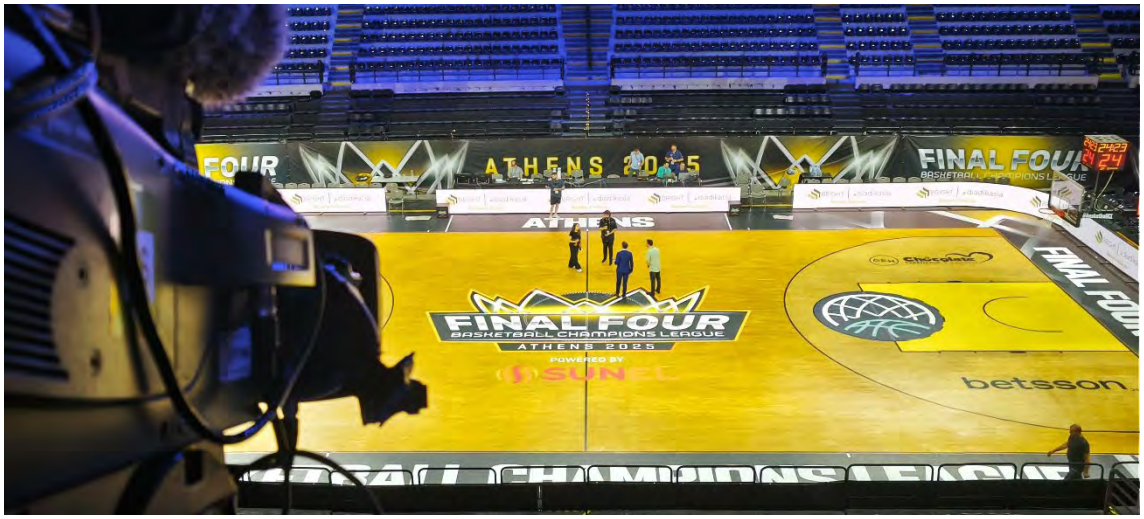
El Betis disputará el próximo miércoles la final de la Conference League contra el Chelsea.

Una plaza extra para la próxima Champions

LaLiga cierra la temporada este fin de semana, momento en el que se decidirán los representantes españoles en las competiciones europeas para la próxima edición. Los cinco primeros clasificados en LaLiga EA Sports (la Primera División) tienen billete para la Champions League, el sexto y el séptimo jugarán la Europa League, mientras que el equipo que termine octavo obtendrá plaza en la Conference League. En el primer caso, ya está todo decidido: FC Barcelona, Real Madrid, Atlético de Madrid, Athletic Club y Villarreal jugarán la Liga de Campeones. Es un equipo más que en esta temporada pues España ha ganado una plaza extra gracias al rendimiento colectivo de todos los equipos de LaLiga en la competición en esta temporada. Pero aún hay incógnitas en las otras dos competiciones, pues este fin de semana están en juego una plaza en la Europa League (en la que sólo el Betis tiene garantizada su participación) y otra en la Conference League. Serán ocupadas por dos de tres equipos que llegan a la última jornada con tan solo un punto de distancia: Celta de Vigo, Rayo Vallecano y Osasuna.

Grup Mediapro refuerza su relación con Fiba como 'host broadcaster' de la BCL

El grupo de medios volvió a ser designado como socio de la federación y de su competición europea de clubes. En la pasada Final Four puso a disposición más de 50 profesionales en Grecia, así como su propia agencia de distribución y marketing.



Basketball Champions League Final Four 2025

2Playbook 22 de mayo de 2025

Grup Mediapro refuerza su posición como socio estratégico de Fiba. El grupo de medios volvió a ser elegido como host broadcaster de la Final Four de la Basketball Champions League celebrada en Grecia a mediados de mayo. Mediapro puso a disposición de la federación un grupo de más de 50 profesionales y los servicios de su propia agencia.

Grup Mediapro fue responsable de producir y emitir la señal audiovisual de los cuatro partidos a través de su agencia en el país, TAF Media. El grupo es el encargado de producir la liga de fútbol griega desde 2019 y realizó un despliegue de 20 cámaras diferentes para ofrecer distintos ángulos e imágenes.

En los últimos años también ha colaborado con los grandes eventos de Fiba, con la producción del Mundial de 2023, el Mundial sub-19 femenino de Madrid, el Eurobasket 2022 de Alemania, la América Cup 2022 de Brasil, y otras competiciones de clubes y selecciones.

The Athletic

Premier League 2 final misses out on TV broadcast after Manchester City and Southampton venue dispute



MANCHESTER, ENGLAND - APRIL 14: A general view of the Joie Stadium during the Premier League 2 match between Manchester City U21 and Newcastle United U21 at Joie Stadium on April 14, 2025 in Manchester, England. (Photo by Harriet Massey/Newcastle United via Getty Images)

By **Jordan Campbel** May 22, 2025Updated 1:51 pm GMT+2

Thursday's Premier League 2 play-off final missed out on being broadcast live on Sky Sports for the first time due to a dispute between Manchester City and Southampton over the game's location.

The disagreement followed City breaching Premier League 2 rules by not having the Etihad Stadium available to host the fixture.

The competition rules state that both semi-finals and the final have to be played at the main stadium of the home club, but the 53,000-seater Etihad has major development work to be completed in time for next season and City are instead holding the game at their 7,000-capacity Joie Stadium.

City could be referred to the Premier League's football board to decide on potential punishments for the rule breach.

Premier League 2 is a youth club competition intended to smooth the transition between academy and first-team football and features under-21 players from the country's top academies. Thursday's play-off final determines the Premier League 2 champion for the 2024-25 season.

Southampton were unhappy that under-21 players would miss out on a showpiece event as it could be the only time some of them play a final at a major stadium.

They proposed playing the game at St Mary's but it would have meant reversing home advantage, which City earned by finishing top of the league season, so it was declined.

City proposed Joie Stadium, home of the women's team and their academy sides since 2014 which also staged matches at the 2022 Women's European Championship, as an alternative venue.

The Premier League attempted to broker an agreement but after exhausting all avenues the only option available in the time frame was to play at Joie Stadium.

Sky Sports and the Premier League worked on an agreement to broadcast the game, but the disagreement between clubs ultimately meant the game will not be aired.

The date and location was only confirmed yesterday (Wednesday), which could affect the attendance.

City believe Southampton have been opportunistic and that their delay in accepting Joie Stadium was what caused the television coverage to fall through. They informed the Premier League in March and April to make them aware of the building works at the Etihad and the potential to run into rule breaches.

They staged the semi-final at the Joie Stadium against Manchester United after the Premier League worked with both clubs to agree to it.

Southampton played the last-16 and quarter-final at St Mary's, while they also faced Crystal Palace at Selhurst Park in the semi-final. They are frustrated at what they see as the Premier League not enforcing their own rules.

A win this evening would see City become the most successful PL2 side with four titles.

(Top photo: Harriet Massey/Newcastle United via Getty Images)

Street & Smith's SBJ SPORTS BUSINESS JOURNAL

MEDIA

Sports Media Podcast: TNT Sports' Luis Silberwasser on rallying for Roland-Garros, upfronts

05.22.2025



TNT Sports Chair and CEO Luis Silberwasser (r) speaks with SBJ's Austin Karp about everything the network is taking on during a busy spring sports season. ***SBJ***

This week's Sports Media Podcast features an executive in the thick of the spring sports crunch -- TNT Sports Chair and CEO Luis Silberwasser. The network is airing the NBA and NHL playoffs, and it's also rolling out coverage of the French Open, the first edition of the Grand Slam that's part of TNT Sports' 10-year, $650 million deal to air action from Roland-Garros.

Silberwasser speaks with SBJ's Austin Karp about adding Roland-Garros to TNT Sports' lineup (for more, read SBJ's Rob Schaefer's magazine story this week on the plans for covering the French Open), the role of sports at the upfronts and the end of an era when it comes to its work with the NBA.

These excerpts have been lightly edited for clarity.

On adding Roland-Garros: “One of the things that we as a team decided to do was to be able to enhance the portfolio in a way that it was sort of less reliant in a couple of sports. And what we said is, ‘We need to have a portfolio that’s always on.’ And with our portfolio, we were very strong in the postseason. And a few months in the year, between let’s say January and May, what we wanted to do was to be able to expand it. We identified tennis, in this case, as a tentpole event and a premier sport that has a place in our portfolio. … Once the NHL playoff season is over, or the NBA season this year, we can move into the Roland-Garros tournament. From a brand perspective, it is a premium brand. From a content perspective, we knew we could do a lot with it. And that same DNA that we have when we do hockey or when we do baseball or when we do NBA, it is something that we can actually bring to the tournament in Paris.”

On upfronts: “While it is a lot of hoopla and shows and big presentations, at the core of it, there are real meaningful conversations about ideas, about creative ideas, about properties. And in our case, we feel really good about where we are from a TNT Sports standpoint. It is a chance to demonstrate to advertisers what’s the new breadth and depth of our portfolio, which is something that we’ve been working on really, really hard for the last 12 months. I like that we can sort of get together with colleagues; we can get together with leagues, for example. It’s a very special week at the end of the day. And I know there’s always speculation about the value of the upfronts, but I do feel like it’s an important part of the industry.”

On the last run with NBA Playoffs: “We made a decision at the end of the NBA negotiation, and we knew that this was going to be the last year with live games, that we were going to give it our all. We were going to put our heart into it and our work into it. And that’s what we’ve demonstrated through the whole season, starting from opening night in Boston. And that’s exactly the same approach that we’re going to take with the Eastern Conference Finals and that we’ve taken over the NBA playoffs. We want to make sure that we celebrate the type of coverage and production that we do, that we’ve been well known for, particularly with ‘Inside the NBA’ and the crew there. We’ve celebrated throughout the season with the talent from ‘Inside the NBA’ and the production team from ‘Inside the NBA.’”



Jalen Williams of the Oklahoma City Thunder shoots over Michael Porter Jr. and Nikola Jokic of the Denver Nuggets. (Joshua Gateley/Getty Images)

Inside The Ratings

NBA Playoffs Kick Off to Ratings Growth Amid a Changing of the Guard

Plus, Netflix's newly renewed series keep thriving and "American Idol" wraps up its season with a ratings bang



Loree Seitz May 22, 2025 @ 6:15 AM

The 2025 NBA playoffs kicked off to double-digit viewership growth amid a changing of the guard — both as younger stars have stepped forward and as the league heads into a lucrative TV rights deal, including a new home on NBC.

Through the conference semifinals, which included 22 games, the NBA playoffs' audience is running 12% ahead of last year on ESPN platforms (including ESPN and ABC), according to Nielsen. ESPN is averaging 4.88 million viewers, ranking as the No. 2 most-watched NBA playoffs since 2011.

Sunday's Game 7 matchup in which the Oklahoma City Thunder defeated the Denver Nuggets scored 6.34 million viewers, becoming the day's most-watched TV program, and peaked with 7.63 million viewers.

Likewise, Friday's Game 6 between the Boston Celtics and New York Knicks, which saw the Knicks upset the Celtics with a 119-81 win, brought in an average viewership of 5.73 million, and peaked with 6.6 million viewers. Viewership for the game was up 14% from last year's Game 6 between the Knicks and Indiana Pacers.

The first round of the playoffs, which kicked off on April 19 and averaged 3.1 million viewers on ESPN and 2.8 million viewers on TNT, were among the sports events that helped boost cable's share of the overall viewing pie, according to Nielsen's The Gauge report for April. The NBA playoffs as well as ESPN's coverage of the NFL Draft, which was the most-watched cable telecast in April with 6.4 million viewers, helped boost cable to 24.5% of total TV watch-time for the month, gaining 0.5 share points compared to March.

These gains come at a pivotal time for the NBA, with the playoff results symbolically passing the baton to a next generation of stars, such as Anthony Edwards and Shai Gilgeous-Alexander, as veterans like LeBron James and Stephen Curry get closer to ending their standout careers.

In addition, the NBA will expand its broadcast footprint next year thanks to its new rights deal, with a regular presence on NBC — which will air Tuesday-night games during the season — in addition to its ABC/ESPN component.

This year's results — which included a rating rebound after the trade deadline — will also surely be welcomed by NBC, which, like the other TV partners, will be selling ad time for next year based in part on how the NBA performs ratings-wise this season. For the semi-final rounds, at least, having the Knicks contending — representing the No. 1 TV market in the U.S., as well as a media hub — likely won't hurt.

Newly renewed "The Four Seasons" and "Forever" keep dominating

At Netflix's upfront presentation last week, the streamer doled out renewals for recently released series "The Four Seasons" and "Forever," both of which have stayed towards the top of Netflix's weekly top 10 TV list. "The Four Seasons," which debuted on May 1, spent its third week on the top 10 English-language TV list this week with 5.3 million views after scoring 12.5 million views last week.

“Forever,” which premiered on May 8, grew from 3.7 million views during its opening weekend to 6.7 million this week, surpassing viewership for “The Four Seasons.”

The streamer also ordered additional seasons of the recently released series “Survival of the Thickest,” “Love on the Spectrum” and “Million Dollar Secret,” as well as early renewals for “The Diplomat,” “Bridgerton” and “My Life With the Walter Boys.” Renewals for other recent series — including “Pulse,” “The Residence” and “Ransom Canyon” — have not yet been handed out, but might be done soon as part of the streamer’s Tudum event in late May.



Ryan Seacrest interviews winner Jamal Roberts on “American Idol.”)

“American Idol” wraps up with a bang

The ABC singing competition show concluded its eighth season with a ratings milestone. The finale scored 6.51 million total viewers, marking the biggest audience brought in by an “American Idol” telecast in two years, since May 21, 2023. The finale, which also scored a 0.72 rating among adults 18-49, was up 16% in total viewers and saw a 14% in its rating compared to last season’s finale.

Viewership for the “Idol” finale also outpaced this week’s finale of NBC’s “The Voice,” which brought in 4.25 million viewers, widening the gap between the two singing competition shows’ finales in the recent years.

“Bad Boy” makes a mark

“Bad Boy,” the Israeli series that hails from original “Euphoria” creator Ron Leshem and Hagar Ben-Asher, popped into Netflix’s top 10 non-English-language series last week in the No. 8 spot with 1.7 million views.

“Bad Boy” has had the best performance for a show from a Middle Eastern country in all of 2025, with “Dubai Bling” also charting on the non-English-language list earlier in January.

The series made it on more top 10 lists globally than any other Israeli series, as “Bad Boy” appeared on the top 10 chart in Israel, France, Italy, Germany, New Zealand, Mexico and Argentina. “Bad Boy” is now the most-watched Israeli show in Netflix history, surpassing “Fauda,” which only popped into the top 10 chart during its second season. The show, which premiered May 2 and is an international co-production between Sipur and Peter Chernin’s North Road Company, has since fallen off the top 10 non-English-language TV list.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 36226 €
ÁREA: 303 CM² - 53%

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

23 Mayo, 2025



Los derechos de imagen de las corridas retransmitidas se han convertido en el gran tabú de la tauromaquia actual

El rejón silencioso de los toros en televisión



Cámaras de Telemadrid durante una retransmisión en Las Ventas. MURIEL FEINER

ANTONIO LORCA
Madrid

Telemadrid paga 100.000 euros a la empresa Plaza 1 por la retransmisión de cada uno de los 28 festejos de la Feria de San Isidro y la corrida goyesca del 2 de mayo. Canal Sur retransmitió tres corridas de la Feria de Abril y abonó 300.000 euros a la empresa Pagés. Estas cantidades derivan de la cesión de los derechos de imagen que generan todos los participantes en los espectáculos, regulados por la ley orgánica de 5 de mayo de 1982 de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

Lo que no incluye la norma es una tarifa sobre el valor de la imagen de cada actuante, que queda abierta a la negociación, en este caso, entre la empresa taurina, que interviene como representante de sí misma y de los toreros y ganaderos, y la cadena de televisión. La cantidad resultante depende de la importancia de la plaza, del cartel y la feria y de la audiencia que se supone generará el festejo. La cuota de pantalla de Canal Sur alcanzó una media del 18,6% en las tres corridas de Sevilla cuando la cadena se mueve en torno al 9%, y Telemadrid llega al 12% y parte de una media habitual de un 5%.

Si se da por hecho que las Ferias de Abril y San Isidro son las que pueden despertar mayor interés entre los espectadores, la primera conclusión es que, hoy por hoy, 100.000 euros por espectáculo taurino es el precio máximo que se paga por los derechos de imagen. Pero ¿puede ser considerada una cifra aceptable o abusiva?, ¿es caro o barato retransmitir una corrida de la feria madrileña?

Cuando se le hace la pregunta a Rafael García Garrido, director general de Plaza 1, que gestiona la plaza de Las Ventas, y a Víctor Zabala, gerente de la misma, ambos expresan con sus caras una sorpresa mayúscula. "¿Caro 100.000 euros? Es baratísimo, el precio más bajo de la historia", responden al unísono, lo que permite concluir que Movistar Toros y Onetoro TV pagaban más.

Pero ambos se acogen a la más absoluta confidencialidad cuando se les requiere que expliquen los criterios que se barajan para alcanzar esa cifra, y, sobre todo, cómo se reparte ese dinero entre matadores, subalternos, ganaderos y empresa. También ha decidido guardar silencio Ramón Valencia, gerente de la empresa Pagés, que dirige La Maestranza, que ni siquiera ha respondido al requerimiento de este periódico.

Pero hay más. Las televisiones autonómicas públicas de Aragón, Castilla-La Mancha y Murcia han decidido unirse parcialmente a la iniciativa de Telemadrid y retransmitir 13 festejos de San Isidro la primera y 11 las otras dos, y ninguna de las tres ha accedido a informar sobre el acuerdo económico alcanzado con Plaza 1, si bien el empresario García Garrido ha señalado que el precio es simbólico en aras de la difusión de la fiesta de los toros. Sin embargo, las cuatro televisiones autonómicas comparten los gastos de producción de las retransmisiones, que se elevan a 8.000 euros por festejo y cadena.

"¿100.000 euros? Es el precio más bajo de la historia", señalan los gestores de derechos

"Solo acceden al reparto las figuras", lamenta José Pedro Prados 'El Fundi'

Se supone que participan en el reparto los intérpretes del espectáculo. "Todos los que aparecen en pantalla generan derechos de imagen", explica Salud Reguera, abogada sevillana especializada en esta materia. Y a renglón seguido aclara que en realidad son "solo los actuantes, lo que excluye expresamente a los espectadores e, incluso, a los mozos de espada y ayudas que no suelen aparecer en las imágenes". A pesar de ello, estos miembros de la cuadrilla cobran por una decisión solidaria adoptada en su día por sus compañeros picadores y banderilleros. "La ley orgánica de 1982 no habla de pagos, pero sí de consentimiento de la cesión del derecho a la imagen", prosigue Reguera, "que puede ser gratuita o no, en función de la decisión de cada cual y, sobre todo, de los aspectos comerciales que la difusión de un espectáculo implique".

En el caso de los toros, además de la propia empresa, son los subalternos el único sector que tiene asegurada su participación en el reparto —entre 18.000 y 20.000 euros en plazas de primera— por una negociación llevada a cabo por sus sindicatos, la Unión Nacional de Picadores y Banderilleros Españoles (UNPBE) y la Asociación Sindical de Profesionales Taurinos (ASPROT), que preside Luis Miguel Calvo.

Este último considera que el sistema actual es injusto, y afirma que "las empresas se lo llevan todo". ¿Y los matadores, cobran o no cobran por los derechos de imagen? A falta de información de las empresas, el presidente de la Unión de Toreros, José Pedro Prados *El Fundi,* asevera que "solo las grandes figuras, aquellas que pueden exigir, acceden a este pago". "Los demás deben conformarse con el contrato que les presentan, recoja o no una partida sobre ese derecho", añade.

¿Y los ganaderos? "Solo los que tienen poder participan en el reparto de este ingreso extraordinario", asegura uno de los que pertenece a este reducido grupo. La Real Unión de Criadores de Toros de Lidia testifica que desconoce si sus socios perciben o no dinero por tal motivo.

El Confidencial

UNA FAMILIA DISFUNCIONAL

"Sálvame' no lo veían rojos y maricones": cómo TVE se comió el fiasco televisivo del año

'La familia de la tele' aspiraba al liderazgo, pero languidece en la tele pública entre volantazos de formato y audiencias calamitosas. Auge y caída del cuore gamberro



Belén Esteban, en 'La familia de la tele'. (RTVE)

Por **Carlos Prieto** 23/05/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO Artículo solo para suscriptores

Vale que los años veinte (del siglo XXI) están siendo una locura imprevisible, pero si hace tres años dices que **Belén Esteban**, **Kiko Matamoros y María Patiño** iban a entrar en **TVE** en carroza, te hubieran tomado por un chalado... La llegada del Universo *Sálvame* a la tele pública ha levantado tal polvareda que resulta difícil analizar ***La familia de la tele*** (LFDLT) sin guerras culturales (¿lo que antes llamábamos telebasura puede ser ahora progre?) o batallas partidistas (como LFDLT **ha gripado**, la oposición se ha lanzado contra una TVE en crisis reputacional por el cuore canallita).

Aunque la refriega política es relevante, no responde del todo a la gran duda televisiva que flota en el ambiente industrial: por qué ha fallado **un programa que aspiraba al liderazgo**, pero tiene entre cuatro y cinco puntos menos que la media de la cadena, y es la penúltima o última opción en su franja entre las generalistas, agujero que suele llevar a la **cancelación**. Tras años de éxitos, el salvamismo está en alerta roja. ¿Por qué el **pueblo le ha dado la espalda**?

La princesa está triste

LFDLT arrancó regular (desfile empachante de carrozas en **Prado del Rey**), siguió peor (menos público cada día) y, cuando estaba con el agua al cuello, hizo un **monográfico terapéutico sobre su pobre audiencia**, épico aquelarre en el que destacó una mosqueada Belén Esteban. No nos equivoquemos: una cosa es que ese programa estuviera guionizado -**catarsis interna en directo para recuperar público**- y otra que el malestar de Esteban no fuera real. ¿A quién le gustaría dejar de ser la princesa del pueblo? "Andreíta, cómete el pollo", ya no chuta como antaño. En los pasillos de **Mediaset**, los salvamistas eran los reyes del mambo; en los de **RTVE**, unos entes extraños. Del jiji-jaja al mal rollete...

"No me gusta cuando me dicen de qué podemos hablar [en el programa]... [Órdenes] de gente de arriba". "No me reconozco ni a mi ni a mis compañeros". "No quiero estar en este programa porque no soy la **Belén Esteban** que quiero ser", alegó Esteban durante la catarsis hablando de sí misma en tercera persona. Traducción del pensamiento Esteban: **TVE les había encorsetado demasiado** por miedo al qué dirán.

Aunque la madre de Andreíta tenía algo de razón -¿Belén Esteban a medio gas tiene sentido como personaje catódico?- no es menos cierto que, más allá de la modulación del tono, **las temáticas iniciales de LFDLT fueron 100% salvamistas**, con la hija de la Pantoja encadenada al sofá, abuso verbal contra el clan Campos, amantes de Bertín a flor de piel y ganchos truchos para retener a la audiencia. TVE prometió que LFDLT no sería *Sálvame*, pero **LFDLT parece un Sálvame repeinado** por los protagonistas de Sálvame. Es decir, ni Belén Esteban puede denunciar que le han puesto a presentar *Metrópolis*, ni TVE fingir que no sabía lo que compraba (contraté a los de Sálvame para hacer un programa sobre filósofos escandinavos atormentados y me han venido con otra cosa).

De hecho, si de reputación hablamos, los **principales damnificados de la ambigüedad fundacional** de LFDLT fueron los presentadores empotrados por TVE para ¿blanquear? el Universo *Sálvame*, **Aitor Albizua** e Inés Hernand, que apenas abrieron la boca los primeros programas, como reconocieron durante la catarsis en directo sobre la crisis de audiencia del programa. "Yo no sé hacer **prensa rosa**. Yo no venía tampoco a hacer prensa rosa. Pero a mí me dicen como profesional que estos son los temas e intento hincarle el diente como sea", alegó Albizua. "Hay gente de la que hablamos que no sé ni quién es. Pensaba que el magacín iba a incorporar otras temáticas", añadió **Hernand**.

> "No se puede hacer un 'Sálvame' blanco porque no es su esencia y se nota que está forzado"

Aunque los discursos justificatorios de Esteban, Albizua y Hernand, dirigidos a sus respectivas parroquias/**audiencias**, sonaron a sálvese quién pueda del barco a la deriva, reflejaron bien las disfuncionalidades del proyecto, como contar con tres presentadores, pero tenerles con un brazo atado a la espalda, sensación permanente de nadie al volante. Si *Sálvame* era el caos controlado -gracias al flow irónico de **Jorge Javier Vázquez**, cuya sombra es alargada- LFDLT es **un coche que o se cala o da volantazos** (la gran solución para parar la sangría de público ha sido separar a Albizua y Hernand de los salvamistas, cada uno con su bloque diferenciado, reconocimiento del fallido totum revolutum original. Pero la fórmula segregada tampoco ha funcionado (el programa ha seguido haciendo mínimos esta semana).

En una frase: **TVE compró el universo Sálvame**, pero solo quería la puntita. Quiero y no puedo muy **lejos de los resultados históricos de *Sálvame***, en los que merece la pena detenerse para establecer contrastes.



Jorge Javier Vázquez en 'Sálvame'. (Mediaset)

Pequeño contexto: tanto se quemó **Pepe Navarro** con la **conspiración de Alcásser**, festival de manipulación emocional de una audiencia monstruosa, que casi olvidamos que Esta noche cruzamos el Mississippi marcó varios hitos televisivos, con su invención de la franja nocturna y su desahogo temático de alto voltaje social. De igual modo, los excesos y atropellos de Sálvame para mantenerse en lo más alto, vinieron acompañados de **varias innovaciones televisivas,** enumeradas por **Carolina Abellán** -profesora de televisión en la Universidad Carlos III- para este reportaje:

"1) **Híbrido de géneros**: *Sálvame* mezcló entretenimiento, **prensa del corazón, reality y talk show**, todo en uno. No había una estructura clásica y eso fue parte de su éxito. 2) **Guion en tiempo real**: el programa se construía sobre la marcha. Si pasaba algo en directo, el rumbo se cambiaba al instante, lo que generaba una sensación de imprevisibilidad muy adictiva. 3) **Los colaboradores como protagonistas:** los tertulianos no eran meros comentaristas, sino personajes con tramas propias. Se exponían sus vidas, discusiones, amores y enemistades. 4) **Ruptura de la cuarta pared:** hablaban directamente con el director, con la audiencia, con el regidor… incluso los técnicos participaban. La mecánica de "programa dentro del programa" se volvió habitual. 5) **Duración y flexibilidad extrema**: empezó siendo un espacio corto y llegó a ocupar tardes enteras y se adaptó sin problemas a los vaivenes de programación. 6) **Tratamiento paródico de sí mismo**: En *Sálvame* eran autoconscientes de su realidad y parodiaban su tono, exageraban sus propios códigos y jugaban con el exceso como marca de identidad. 7) **Formato transversal**: creaba contenido que se extendía a otros programas de Mediaset, tejiendo una red de contenidos interconectados".

Innovaciones retrospectivas que brillan más ahora que el **formato ha entrado en crisis**. ¿Viven de rentas los salvamistas? ¿Se han convertido en memes inofensivos de sí mismos? ¿Su concepto es demasiado macarra para que lo abonemos entre todos?

Hablamos co**n tres expertos televisivos** sobre el **petardazo de LFDLT**.

Los que saben

PREGUNTA. ¿Es La familia de la tele un nuevo Sálvame?

Carolina Abellán. La familia de la tele es **un Sálvame descafeinado**. El formato original era gamberro, descarado y esperpéntico. *Sálvame* fue más que un programa del corazón: fue un laboratorio televisivo que transformó la forma de hacer y consumir televisión en España y, de hecho, algunas de sus innovaciones se pueden rastrear hoy en día incluso en programas serios de género informativo.

Sálvame fue posible gracias al respaldo continuado de **Mediaset**, que sostuvo el programa durante catorce años debido a sus cifras de audiencia. Aunque en numerosas ocasiones el contenido patinaba hacia la vulgaridad, en el ámbito de la televisión privada prevalece la lógica del mercado: cuanta más audiencia, más anunciantes y más ingresos.

P. ¿Qué le ha fallado al programa?

Xabier Migelez (Jefe de Televisión EL CONFI TV). *La familia de la tele* falla desde su planteamiento inicial. **La Osa Producciones** y RTVE vendieron un concepto de programa que difícilmente puede competir por la audiencia. Fue fácil presentarlo como un "living show abierto e inclusivo", que supuestamente mezcla lo mejor de los géneros tradicionales "para una televisión de servicio público", pero luego hay que plasmar esa idea en una escaleta, hay que ejecutarla y, sobre todo, hay que defenderla frente a unos índices de audiencia que no dan la talla.

Los cambios, en la estructura del formato y en sus contenidos, son una constante desde las primeras entregas, lo que refleja la poca confianza que hay en lo que se está haciendo. Y si el propio equipo no cree, ¿lo van a hacer los espectadores?

> "En TVE tratan de vender que eso es moderno, y el público no lo traga"

Jimina Sabadú (escritora, cineasta y crítica televisiva): Hay dos problemas que se juntan. El primero es que LFDLT no es un programa para RTVE. No es un presentador o un productor que vengan de la prensa rosa. Se trata de todo un concepto (*Sálvame*) trasladado a una televisión pública. Personas que han vivido de - hablando claro - hundirle la vida a otros y, aunque en los últimos tiempos iban invitados que querían estar en la rueda del cuore, han vivido de expoliar la intimidad ajena. Eso por no hablar de **la trama Deluxe** [Empleados de *Sálvame* y un policía aguardan juicio por cohecho y revelación de secretos]. No puedes alimentar un canal público con gente que se ha hecho famosa por ser hija de, hermana de, expareja de, y que no ha hecho nunca nada salvo hablar mal de otros por dinero. Es una falta de ética intolerable. Les hemos contemplado y en cierto modo es culpa nuestra también (como espectadores y como periodistas), pero esto es cruzar una línea roja. TVE lleva muchísimos años programando talents de ética dudosa que no entiendo en un servicio público, máxime cuando benefician a una productora externa que anuncia sus productos en una cadena pública. Pero esto es mucho más grave.

Xabier Migelez. Las **primeras entregas de *La familia de la tele*** fueron un caos absoluto. Anarquía en estado puro. La imagen que dio TVE fue realmente lamentable, aunque la responsabilidad directa no fue de ellos, sino de la productora. Nadie fue capaz de poner orden y, tres semanas después, los fallos prácticamente son los mismos: predomina el ruido, se pisan al hablar, no hay rumbo alguno y, en ocasiones, la improvisación parece ir por delante del propio guion. En Telecinco la audiencia consumía esa macedonia televisiva, pero en TVE se han encontrado con un público mucho más exquisito. Da la sensación de que nadie va con los deberes hechos y para opinar uno tiene que saber muy bien de lo que habla.

Jimina Sabadú. [Los creadores de LFDLT] estaban haciendo un muy buen programa en TEN, ***Ni que fueramos Shhh***. Era una renovación del concepto *Sálvame* donde eran libres y empezaban a hacer una suerte de terapia de grupo. Era un programa macarra, surrealista, autoconsciente, y muy divertido. Además habíamos descubierto el talento de Marta Riesco para la tele. Aquí, en TVE, intentan amoldarse a las normas de Prado del Rey -donde por lo visto no les quiere nadie- y ni saben ni les apetece. ¿Por qué tiene Terelu que aguantar que hablen mal de ella desde TVE? El matonismo sobra en TVE.

> "El programa no engancha porque pretende ser lo que no es y vivir de unas rentas agotadas"

Carolina Abellán. Eso funciona en Telecinco pero **en una televisión pública**, con otro tipo de audiencia y otros estándares, chirría. No se puede hacer un *Sálvame* blanco o familiar porque esa no es su esencia y se nota que está forzado. Es intentar meter un **Boing 787** en un hangar para avionetas.

Jimina Sabadú. Tenemos a **Patiño** y a Esteban fingiendo que han visto alguna vez La promesa, y a Aitor Albizua haciendo como que le interesa lo que dice Pepi Valladares cuando en realidad es la primera vez que oye ese nombre. Es un plató en el que nadie está contento, y eso se transmite al público.



Belén Esteban, en 'La familia de la tele'. (RTVE)

P. ¿Por qué la audiencia ha dado la espalda al programa?

Jimina Sabadú. David Valldeperas [exdirector de *Sálvame* y director de LFDLT], además de ser el Mal encarnado (supongo que decir esto no es delito) es un tipo que sabe hacer televisión mejor que nadie. Ética no tiene, y moral tampoco. Él sabía buscar audiencia en una cadena (Telecinco) donde todo estaba permitido. Aquí no es así. La fórmula de Sálvame salió de Telecinco porque estaba agotada, pero también porque había asuntos sucios en curso (la trama Deluxe). En Ten estaba funcionando, pero seguro que esta gente consume más dinero en un mes que tú y yo juntos en un año.

Xabier Migelez. Se dice que el equipo de *La familia de la tele* no puede hacer la televisión que realmente le gustaría hacer o la que hacían en sus anteriores etapas (*Sálvame* o *Ni que fuéramos Shhh*), de ahí su mala audiencia. ¿Acaso nadie sabía que fichaban por TVE? La cadena pública tiene una serie de líneas rojas que nadie debería traspasar. Algunos se agarran a eso para justificar el batacazo de estas últimas semanas, sin embargo, muchos de esos límites ya se están cruzando. Que se lo pregunten a **Bertín Osborne**, a Terelu, a **Paz Padilla**…

Carolina Abellán. Han puesto a sus colaboradores -Esteban, Patiño, Matamoros- a hacer algo que no les sale natural. De hecho, **la propia Esteban lo explicó la semana pasada**: "Estoy acostumbrada a hacer otro tipo de televisión. Quiero ser la que era antes. Estoy amargada aquí". Lo suyo es el corazón sin refinar, la polémica y el alboroto pero la tele pagada por el contribuyente no está para eso. Y, como el producto queda impostado, el espectador no se lo cree. Y algo más: no es descartable que el público se haya cansado del universo *Sálvame*. Han estado en lo más alto durante casi lustros, una eternidad en televisión. Pero todo llega a su fin.

Jimina Sabadú. El nuevo director de RTVE quiere hacer de TVE una cadena privada, pero con intención de agradar al gobierno, como si fuera un agitprop rosa para las sobremesas. Por más que dijera Jorge Javier Vázquez, ***Sálvame* no lo veían rojos y maricones**, sino gente básicamente reaccionaria (la tercera edad en su mayoría), que no lo percibía como el accidente pop que disfrutábamos nosotros.

Xabier Migelez. *La familia de la tele* no engancha porque pretende ser un programa que no es y pretende vivir de unas rentas que hace tiempo se agotaron. El **fracaso de audiencia** ha descolocado a todo el equipo y el desánimo de los colaboradores traspasa la pantalla. Además, TVE se equivoca con su estrategia de programación. No puedes dividir el programa en dos y esperar a que los espectadores no hagan zapping. Dicen que el formato necesita tiempo para asentarse en la parrilla, pero si cada día la estructura es diferente (al igual que la disposición del sofá central) la fidelidad del público será lo último que ganen.

Jimina Sabadú. *Sálvame* ha criado a varias generaciones de personas solitarias y enganchadas al televisor. Gente que busca que los que se salen de la normal sean castigados con la humillación pública. Ahora en TVE nos tratan de vender que eso es moderno, y el público no lo traga. Viendo las audiencias, en cuanto llegan ellos todo se desploma. Y va a seguir así porque no es un producto para esa cadena. Cada programa sale por 80.000 euros, es decir 400.000 euros por semana para que **entrevisten a la hija de la Pantoja** o para que le hagan las mechas a la Esteban. Y ellos ahora le echan la culpa a la cadena. En resumen: ellos saben hacer una cosa y esa cosa en TVE no se puede hacer. ¿A qué han ido, pues?

EL PAÍS

Eurovisión y 'La familia de la tele', temas de interés nacional

NATALIA MARCOS 22.05.2025



A la izquierda, Melody en la final de Eurovisión. A la derecha, María Patiño y Belén Esteban en 'La familia de la tele'.

Vaya semanita. O vaya semanitas. Aunque no te interese Eurovisión, seguro que te has enterado, porque todo lo que rodea al festival europeo de la canción, supuestamente apolítico, ha escalado a tema de interés nacional. Y Eurovisión ha opacado el anterior tema televisivo que había crecido hasta cotas insospechadas, La familia de la tele. En este boletín me gusta llevar una agenda de temas propia que no tiene por qué estar pegada a la actualidad más rabiosa, pero esta vez es imposible escapar del asunto. O de los asuntos. Así que vamos a ello.

Sobre Eurovisión, ya hay poco más que contar. Es un tema que genera tanto interés, y lo más importante hoy en día, da tantas visitas a los medios, que se han sacado historias hasta de debajo de las piedras. Todo está ya contado y recontado. En definitiva, un festival de canciones que organiza la principal alianza mundial de medios de comunicación de servicio público, la Unión Europea de Radiodifusión, y que prohíbe en sus normas el uso de la política en el certamen, se ha convertido en pura política por no querer meterse en política. La participación de Israel mientras realiza una masacre en Gaza ha adulterado todo (como antes lo hizo la invasión de Ucrania por parte de Rusia, pero en ese caso se eliminó al agresor de la competición). RTVE ha pedido explicaciones por un televoto masivo a favor de Israel, algo que ocurrió también el año pasado (y que la cadena pública entonces pasó por alto).

GfK DAM, medidor oficial del consumo digital en España, ha analizado el uso de la app de Eurovisión en España durante el festival. Según los datos que me han facilitado, el acceso a la aplicación oficial de Eurovisión, desde la que cada persona podía enviar hasta 20 votos por cada tarjeta de crédito y correo electrónico que se introdujera (como explicó aquí Jordi Pérez Colomé), creció desde el comienzo de la final del festival, el sábado a las 21.00. A las 23.27 se produjo el momento en el que hubo más personas conectadas a este sistema de votación, que fue el mayoritario durante la final (también se podía votar por sms y llamada). Ese minuto coincide con el final de las 26 actuaciones de los países en competición. Hubo otro pico durante las actuaciones hacia las 22:42, a la altura de la interpretación de Armenia.



JJ, con el Micrófono de cristal que lo acredita como ganador de Eurovisión. / DENIS BALIBOUSE

El informe de GfK DAM explica que la primera semifinal, que se emitió en La 1 y en la que cantó Melody, también movilizó a muchos eurofans, con su mayor pico de acceso en torno a las 22.30. En cambio, la segunda semifinal, en la que participó Israel y que se emitió en La 2, tuvo un consumo "más plano y estático, sin grandes picos destacables". El informe de GfK DAM concluye que esta edición ha generado un mayor impacto que la del año pasado, lo que se refleja en un aumento del 10% en la actividad en la app oficial en comparación con la final de Eurovisión 2024. Eso sí, los datos de esta medición no permiten saber cómo se repartieron esos votos desde España. Para eso habrá que esperar a lo que la UER quiera desvelar.

En EL PAÍS seguiremos informando de las novedades sobre Eurovisión y sobre Melody (rueda de prensa el próximo martes). Por ahora, vamos a pasar a otro asunto en el que creo que la política también ha metido algo de mano. Esta es solo mi opinión, una que, por otra parte, nadie me ha pedido. Pero, desde mi punto de vista, detrás de muchas de las críticas más furibundas hacia La familia de la tele hay, como con Eurovisión, elementos políticos. Y bastante clasismo.

No creo que el programa, tal y como está formulado ahora, esté emitiendo su mejor versión. Creo que necesita un meneo importante en sus contenidos y en la forma de abordarlos. Pero muchos programas empiezan con mal pie y pueden corregir (ya están intentando hacerlo, aunque quizá lo tendrían que intentar con más fuerza). No han acertado en temas ni en tono. Ni siquiera creo que tenga sentido la división horaria: es complicado que quien vea el primer tramo vuelva después al segundo. También es complicado que una misma persona tenga interés en los contenidos de La familia de la tele y en las series que se intercalan en medio: tienen temas y enfoques tan diferentes que parecen de programas ideados por seres de planetas distintos. Y no entiendo qué sentido tiene considerar todo dentro de un contenedor. ¿Elevar artificialmente el dato de audiencia? ¿Eso no es un poco la técnica del avestruz?



Una imagen del primer día de 'La familia de la tele'. / RTVE

Fue interesante el programa en el que se arrancaron a hacer autocrítica y convirtieron en contenido el problema de identidad y de audiencias que sufren. Fue interesante porque vimos que, efectivamente, al otro lado hay personas que piensan lo mismo que los que los vemos: que no tenía sentido los tres presentadores tan diferentes mezclados, que la división en dos partes, comienzo y continuación en RTVE Play y demás les machaca, que a veces se junta demasiada gente en el plató, que les hacen daño las críticas y las malas audiencias. Que son seres humanos que se han visto en una situación que sabían que sería complicada pero no que lo sería tanto.

Los datos de audiencia son claros: el programa no ha arrancado bien. Desde el martes 6 de mayo, el primer día en el plató (lo del desfile del lunes 5 de mayo quedó claro bien pronto que había sido un error de cálculo), y quitando los dos días en los que el cónclave alteró la programación, el contenedor de La familia de la tele ha promediado un 9,2% de cuota. Pero ese dato está dopado por el gran interés (enorme en algunos casos) que

despiertan las series Valle salvaje y La Promesa, que incluso en estos días han batido récords históricos. Si se miran los datos del programa en sí, el primer tramo ha promediado un 7,2% de cuota y el segundo, un 6,1%. Este martes, con un 5,2%, el segundo tramo ha marcado mínimo desde su estreno, es decir, la progresión no está siendo buena. Son datos malos y seguro que por debajo de las expectativas. La 1 lleva hasta ahora una media del 10,6% de cuota, aunque este dato seguramente baje de aquí a final de mes porque está influido por el tirón de Eurovisión. Sea en comparación o sea por sí solo, está claro que la audiencia no está respaldando la propuesta de La familia de la tele. Les toca remar si quieren salir a flote.

Sí creo que hay margen de mejora y que el entretenimiento bien entendido tiene cabida en TVE. Solo faltaba. Que siempre hay que dar tiempo a un programa de este tipo. Que viene el verano y es una gran oportunidad para reformular y probar cosas nuevas. Que hacer buena televisión no es fácil y no vale con sumar y sumar personajes que tuvieron tirón en el pasado. Que lo que funcionaba en un lado y en un tiempo no tiene por qué funcionar en otro sitio y otro momento. Y que no siempre se acierta a la primera y rectificar es de sabios.

EL INDEPENDIENTE

El desinterés de TVE por sus propias series: promoción intermitente, horarios intempestivos y cesión a plataformas

'Weiss & Morales' y 'La frontera' son los dos últimos ejemplos del mal trato de la televisión pública española a su ficción original



Miguel Ángel Silvestre protagoniza la nueva serie de TVE, 'Weiss & Morales'

Óscar Rus @OscarRusVicente 22 / 05 / 25 - 22: 25

Hubo una época en que TVE marcaba el paso de la ficción seriada. Una época no muy lejana. No era oro todo lo que relucía (aquel infame *remake* de *Las chicas de oro* a cargo de José Luis Moreno), pero la televisión pública española enseñó las garras con series ideadas para el horario de máxima audiencia como *HIT*, *Malaka*, *La otra mirada*, *Estoy vivo*, *El Ministerio del Tiempo*, *Isabel*, *Gran Reserva*, *La Señora*, *Los misterios de Laura* y *Desaparecida*. Series buenas, vistas y reconocidas. Series comerciales y a la vez transgresoras dentro de los márgenes.

HIT fue una serie de TVE que miró con lupa la adolescencia y la docencia, y se atrevió a cambiar de localización y elenco cada curso. Fue tal la radicalidad de la propuesta que en su tercer y último año, *HIT* mudó de piel e internó a su protagonista (Daniel Grao), un docente de armas tomar, en un centro de desintoxicación. *Malaka* era un policiaco sureño de autor –autores– que iba más allá de la resolución de un crimen. *Estoy vivo* mezcló el *thriller*, la ciencia ficción y el costumbrismo. *Gran Reserva* era un culebrón contemporáneo sobre dos familias enfrentadas. Contra viento y marea sobrevivió la gran serie de TVE *Cuéntame*, cuya temporada final se promocionó y recibió en 2023 como una cita ineludible tras 22 en antena.

TVE, un cajón desastre para sus propias series españolas

Sin embargo, en los últimos años, no parece TVE tener gran interés por hacer que sus nuevas series luzcan, perduren y lleguen al mayor número de espectadores posible.

No ayuda que La 1 promocione a todas horas una ficción inédita para, de un día para otro, aplazar *sine die* su estreno. Sucedió con la –mencionada– tercera temporada de *HIT*, grabada en 2022 y estrenada en verano de 2024. Casi 3 años transcurrieron entre el final de la segunda y el inicio de la tercera. Sucedió también con la tercera de *La caza* (dos años de espera), cuya cuarta temporada, ya grabada, emitirá Movistar Plus+.



No ayuda el horario intempestivo, ni la estrategia de programación con a veces dos o tres entregas inéditas consecutivas. Tampoco ayuda que muchas de las series de TVE lleguen antes a plataformas o, una vez emitidas en La 1, sean exclusividad de la competencia. Para ver, por ejemplo, *Los pacientes del doctor García* (2023) hay que suscribirse a Netflix. Para ver *Asuntos internos* (2025) hay que suscribirse a Disney+. ¿Quién financia estas series? La coproducción se ha convertido en moneda de cambio para RTVE y así sacar adelante proyectos cuyo coste no puede asumir en su totalidad.

Weiss & Morales y La Frontera, las dos nuevas ficciones de TVE

El último ejemplo de todo ello es *Weiss & Morales*, miniserie policíaca de cuatro largas entregas (hora y media cada una) con Miguel Ángel Silvestre y Katia Feelin. Un español y una alemana investigando muertes en Canarias. La fórmula de *Crimen en el paraíso*. Cada poli con su tema: él, casado y con una hija; ella, de madre jipi y padre desconocido. La 1 emite el primer capítulo este viernes 23 de junio a partir de las 21.55 horas. Título raro. Noche rara, pues *Tu cara me suena* (Antena 3) arrasa con todo.

Cabe preguntarse quién verá *Weiss & Morales* un viernes noche con el verano a la vuelta de la esquina. ¿Quién verá una serie de TVE por su actor protagonista? Con Portocabo (*Hierro*, *Rapa*) como productora junto a la televisión pública alemana (ZDF), podría esperarse un *thriller*, un buen crimen con mejores vistas, a la altura de sus antecesoras. No es así.

Otra serie de TVE cuya promoción arrancó esta misma semana es *La Frontera*, miniserie de seis episodios sobre ETA en los años ochenta. Es el primer proyecto de ficción de Par Producciones (*El Desafío: ETA*, *El Desafío: 11M*). La protagonizan Javier Rey (*Los pacientes del doctor García*) e Itsaso Arana (*Detective Touré*; otra serie de TVE que sólo puede verse en Netflix).



Se rodó *La Frontera* en otoño de 2024. ¿Por qué, en este caso, TVE tiene 'prisa' por estrenar esta serie? Quizás la respuesta está nuevamente en la coproducción: Prime Video. Tras su emisión en La 1, pasará al catálogo de la plataforma de Amazon.

La marca 'Playz' y el empuje de los seriales

De ficción para el horario de máxima audiencia (*prime time*) no vive únicamente TVE. Durante los últimos años, RTVE lanzó a través del canal juvenil *online* Playz series como *Drama* (2020), *Ser o no ser* (2022-2023) y *Dieciocho* (2024). E incluso vendió *Esto no es Suecia* como la primera serie original de RTVE Play. Todas ellas, novedosas, diferentes, cortas y buenas.

Ni siquiera parece respetar TVE sus seriales, *La Promesa y Valle Salvaje*. Son los dos contenidos más vistos en RTVE Play y han logrado liderar su franja de emisión en las maltrechas tardes de La 1. Sin embargo, su horario no ha dejado de cambiar en los últimos tiempos a merced de *La familia de la tele*.

DIRCOMFIDENCIAL



Christian Gálvez

La justicia condena a Mediaset al pago de 45 M€ por Pasapalabra

MEDIOS | 23 MAYO 2025

La justicia se ha pronunciado sobre una de las piezas más controvertidas del caso Pasapalabra: el millonario cálculo de la condena que Mediaset debe pagar por explotar el concurso sin poseer derechos de emisión.

Según la sentencia a la que ha tenido acceso DIRCOMFIDENCIAL, el Juzgado de lo Mercantil número 6 de Madrid ha cifrado en 45 millones de euros la cuantía total de la condena que el grupo de comunicación debe abonar a ITV Studios, al que el Tribunal Supremo atribuye la titularidad de los derechos.

En concreto, fija una cantidad de 44,3 millones de euros por el «beneficio ilícito» derivado de los ingresos publicitarios, más intereses procesales de 120.000 euros derivados de ingresos por merchandising —como el juego de mesa del programa o los pasatiempos homónimos— y de demora, de 550.00 euros.

ITV Studios reclamó más de 300 millones de euros frente a los 3,6 millones que reconocía Mediaset.

A partir de los exámenes periciales formulados por las partes, el juez ha aplicado un método de cálculo para cada uno de estos conceptos, correspondientes a los últimos diez años de la emisión del programa en Telecinco (2010-2019), antes de recuperarlo Antena 3 en 2020.

Para cuantificar la parcela más extensa de la condena, los beneficios obtenidos por publicidad directa, el juzgado ha optado por ponderar los ingresos totales publicitarios de Telecinco para un GRP+16, frente a los ingresos en dicho periodo del programa y cadena con mismo target.

Cabe destacar que ITV Studios, basado en estimaciones de su perito Global Economics, reclamó por este concepto 248 millones de euros, lo que hacía que la cuantía total superara los 300 millones. Los cálculos de esta productora contemplaban, por ejemplo, toda la audiencia que logró retener Telecinco a raíz de Pasapalabra a partir de las 21:00 horas, cuando terminaba el concurso y comenzaba Informativos Telecinco (conocido en televisión como efecto arrastre). Sin embargo, este criterio ha sido descartado por el tribunal.

Por su parte, Mediaset, apoyado por la consultora PwC, defendió que ITV Studios empleó un método de cálculo desmesurado, y su estimación rondaba los 3,6 millones de euros. Uno de los principales argumentos que aportó la dueña de Telecinco es que la publicidad contratada se vehiculiza mediante campañas de toda la cadena y no se dirige a programas concretos. Además, el perito del juzgado, BDO, fijó unos 30 millones de euros.

Recurso

La resolución es definitiva aunque no firme, por lo que Mediaset ha tenido oportunidad en los últimos días de interponer recurso de apelación ante la Audiencia Provincial de Madrid.

DIRCOMFIDENCIAL

España Ejecutivos

Socios de Secuoya y Banca March lanzan fondo para financiar audiovisuales en España

21/05/2025 Por ttvnews



SECUOYA

El objetivo del nuevo fondo de titulización es impulsar la producción de contenidos, aportando una alternativa de financiación para obras de ficción y cine.

El fondo de titulización Be&Jing 1, una iniciativa de Raúl Berdonés y Pablo Jimeno, socios fundadores de Secuoya Content Group, ha sido estructurado por Banca March y será cofinanciado por la entidad, con una capacidad de inversión de 50 millones de euros para fomentar la producción audiovisual en España.

El fondo será gestionado por Intermoney Titulización, filial del grupo CIMD. El objetivo del nuevo fondo de titulización es impulsar la producción de contenidos, aportando una alternativa de financiación para obras de ficción y cine.

El crecimiento de la industria en España, impulsado por nuevos modelos de consumo de contenidos de mayor valor, ha puesto de manifiesto la existencia de una demanda que el mercado financiero tradicional no satisface por completo y que Be&Jing 1 aspira a cubrir. En este sentido, se ha optado por la utilización de un fondo de titulización por su flexibilidad y eficiencia.

La designación de Antonio Manso Marcos para dirigir la selección de oportunidades y la ejecución de la estrategia de Be&Jing 1 refleja la apuesta por una gestión experta, con visión estratégica y profundo conocimiento del sector.

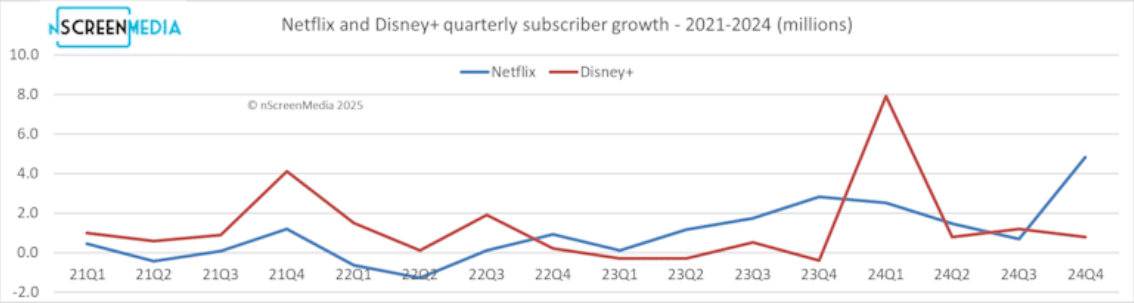
Manso es un profesional de reconocida trayectoria en el ámbito financiero y de medios de comunicación en España. Durante casi tres décadas ocupó el cargo de director financiero (CFO) en Atresmedia Corporación, donde lideró decisiones estratégicas clave, así como procesos de estructuración financiera y de inversión que contribuyeron al crecimiento y consolidación del grupo.

Four Reasons the US SVOD Market is Still Growing

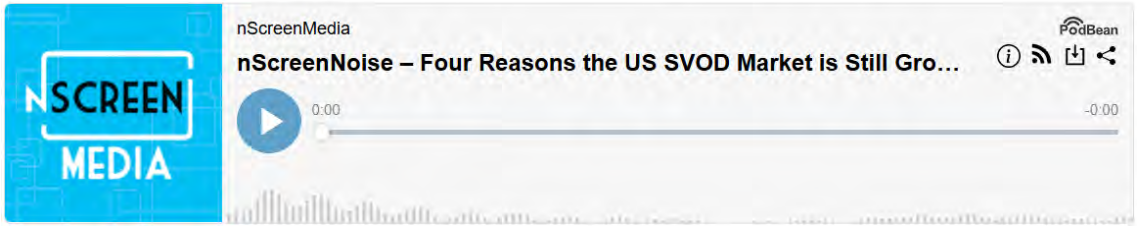
21 May, 2025 **Colin Dixon**

Three years ago, subscriber growth in the US SVOD market appeared to have peaked. Today, it is growing again. Here are four reasons for the resurgence in growth.

The SVOD market returns to growth (0:30)



Netflix and Disney plus subscriber growth 2020-2024



Bundles (1:50)

People know a good deal when they see one, and some of the bundle offers out there are great deals. Consider these:

> Disney+, Hulu, and Max Bundle (with ads) – $16.99/month bundle, $30 standalone (43% saving)
>
> Disney Duo (without ads) – $20/month bundle, $34 standalone (41% savings)
>
> Xfinity Streamsaver Peacock, Netflix, Apple TV+ – $15/month bundle, $26 standalone (42% saving)
>
> Amazon Prime with Prime Video – $14.99 a month.

New Hub Entertainment Research shows that bundles like these work.



SVOD Bundles work

SVOD ad plans (5:30)

Antenna's new State of Subscriptions: Adds & Ads report shows that there are now 100 million ad-supported plans in the US, excluding Prime Video.[i] The report shows how important ad tiers have become to the industry:

> 75% of streaming subscribers have tried an ad plan.
>
> Ad plans accounted for 71% of Net Adds for Premium SVOD over the past nine quarters.
>
> Ad-supported subscriptions grew by 32.7% YoY, while ad-free subscriptions fell by 0.1%.

Among premium SVOD services with an ad tier, 46% of customers are seeing ads, and 72% of net additions over the last nine quarters have been to ad tiers.

It is also clear that the ad plans have been a boon for growth, but have largely failed to encourage ad-free customers to switch plans. 65% of new ad plan customers in Q1 2025 were new users, and only 11% were existing customers switching to an ad plan.

Password sharing curbs (9:20)

Netflix's subscriber growth in the US and Canada appeared to have plateaued over three years ago. The number of subscribers reached 74 million at the end of 2020 and oscillated around that total for the next two years. Things started to change in late 2022, when Netflix started to modify its pitch to viewers:

In November 2022, Netflix introduced an ad-supported tier at $6.99 per month

In May 2023, the company introduced password-sharing curbs

In July 2023, it blocked new customer access to its $9.99 ad-free tier, increasing the monthly cost to watch ad-free from $3 to $8.50.

The actions were transformative to growth, which took off in Q2 2023 and allowed the company to add 16 million additional paid customers by the end of 2024. Ensuring that password sharers had a cheap ad tier to sign up for was a masterstroke that enabled the success of password sharing curbs.

Disney and Warner Bros. Discovery are rolling out password-sharing curbs, and others are sure to follow. Whether these measures will be as effective as Netflix's remains unclear.

Zombie subs (13:00)

One of the key ways that, particularly broadcaster SVODs, are growing their subscriber base is through wholesale deals with traditional pay TV operators. Charter has been doing a lot of these deals and plans to have $80 in value of SVOD apps available free with a Spectrum subscription by year's end.

However, the way the broadcaster recognizes "subscribers" acquired in wholesale deals varies. Disney recognized 8 million Charter customers immediately after they were given access in January 2024. Most of the Charter customers had not activated their subscription, and many probably still haven't. NBCU and WB Discovery have used the same approach in recognizing wholesale deals. In other words, the deals create a large number of recognized customers who generate no revenue (through watching ads) and no activity. These customers are essentially "zombie subscribers."

Not all broadcasters recognize wholesale subscribers in this manner. When Jeff Schultz was still at Paramount Global last year, he told me the company only recognizes wholesale customers as subscribers when they activate their subscription. This approach seems reasonable and creates no Zombie subs.

This could have been a factor in Netflix's decision to stop reporting subscribers, as it doesn't engage in wholesale deals. It must have been frustrating to see the stock of others rise when they recognized wholesale subscribers, while most of them weren't using the service.

There are plenty more wholesale deals to come. For example, Charter will extend its approach to Cox subs when the companies merge. So, if you're watching subscriber numbers, just be aware that some of the big gains you might see in those numbers could be due to large numbers of zombie customers.

Conclusion

Bundles, ads, password sharing curbs, and zombie subs are all helping push SVOD subscriber numbers higher. Can it continue? Password sharing and wholesale zombie subs have a fairly short life in the market. And while bundles and ads will continue to pay dividends in the long term, eventually everyone interested in the deals will have made a decision one way or another. As a result, the market will have reached a new equilibrium. When will that be? Two or three years should see the market fully adapt. Then what will keep SVOD subscribers growing?

Next week, I plan to discuss why a move in the UK television market, which calls for a massive shift in power in the connected TV market, could serve as a template for the US. That is, unless a major story preempts it.

DEADLINE

NEWS

Broadcast Schedule's New Paradigm: How 8 PM Became "The Best Time Period On TV For Live Viewing" As 10 PM Hangs In (For Now)

By **Nellie Andreeva** May 16, 2025 7:32am



Ryan Seacrest on 'Wheel of Fortune,' Jimmy Fallon, 'Blue Bloods' and 'High Potential' Michael Buckner for Deadline/ABC/CBS

For decades, TV schedulers were trained to look for self-starters to open the nights at 8 PM without having to rely on a lead-in. It was considered a challenging assignment that only the strongest shows could fulfill. Over the years, hits like *Friends*, *The Big Bang Theory*, *NCIS*, *Survivor* and *Dancing with the Stars* have held the anchor position, tasked with generating momentum for the rest of the lineup.

Meanwhile, 10 PM was hailed as the marquee drama slot, with such iconic series as *ER*, *Law & Order (the original)*, *The Practice*, *NYPD Blue* and, more recently, *Blue Bloods*, calling the hour home.

Things have changed over the past few years as linear ratings have eroded amid a shift in viewing habits.

As the bulk of entertainment programming consumption has shifted to streaming, live viewing for the fare local stations carry in the Prime Access 7-8 PM hour leading to networks' primetime — a mix of syndicated game shows, newsmagazines, comedy and drama repeats as well as local news — has remained surprisingly resilient, generating lead-ins stronger than the ones most current primetime series can provide. Suddenly, 8 PM is the cushiest time slot on television for the major broadcast networks except Fox.

Meanwhile, the breakout success of ABC's *High Potential* this season notwithstanding, 10 PM dramas are becoming an endangered species. Out of the eight drama series that were canceled or ended this season, six aired at 10 PM. Networks more and more opt for newsmagazines and unscripted series in the hour amid constant drumbeat that the three broadcast networks that program the hour won't do that for long, begging the question, was this the last upfront where we saw ABC, CBS and NBC all unveil 8 PM – 11 PM schedules?

TV's new golden hour

The Access numbers are pretty eye-popping. With *Wheel of Fortune* and *Jeopardy!*, the biggest shows in syndication, as tentpoles, the ABC stations deliver 5.113 million Live+ Same Day viewers in the 7 PM hour leading into the network's primetime.

For CBS, the 7 PM – 8 PM mix of programming, including newsmagazines *Inside Edition* and *Entertainment Tonight*, local news and comedy repeats, brings in 4.443 million viewers (L+SD). NBC's primetime inherits Access lead-in of 4.159 million L+SD viewers from *Access Hollywood*, local news, drama repeats and other shows.

For comparison, to illustrate how strong the Access viewership levels are, this season there were eight non-sports primetime programs on CBS averaging more than 5 million in L+SD, three on NBC and none on ABC whose focus has been on the adult 18-49 demo.

Besides breakout hit *High Potential*, all of the other most watched ABC non-sports programs that have averaged more than 4 million viewers in Live+Same day, including *9-1-1*, *Will Trent* and *Dancing with the Stars*, air at 8 PM.

Craig Erwich, president, Disney Television Group, spoke about the emergence of 8 PM as the premiere time slot on ABC when he discussed the decision to put *Celebrity Wheel of Fortune*, hosted by Ryan Seacrest, on Fridays at 8 PM next fall, coming off the Access combo of the syndicated *Wheel of Fortune*, also hosted by Seacrest, and *Jeopardy!*.

"We have this incredible luxury that we're able to put *Celebrity Wheel of Fortune* on Fridays at eight. If you were writing a story about live viewing, I actually think one of the stories you would write about is that eight o'clock on ABC is the single best time period on television for live viewing," he told Deadline. "Our local stations dominate. The Prime Access ratings coming out of *Wheel* and *Jeopardy*, which we have on our own stations at 7 PM – 8 PM, are the best places to launch shows. When we talk in the scheduling room, where are we going to put our big priority this year? It's always eight o'clock."

The picture is similar on NBC. Of the three *Chicago* shows, the network's most watched scripted series, the one that is getting the largest L+SD viewership this season is the one that airs at 8 PM, *Chicago Med*. NBC's most watched unscripted program in L+SD is the Monday edition of *The Voice*, which also starts at 8 PM.

During NBC's Saturday pre-upfront press call, Jeff Bader, President, Program Planning Strategy, NBCUniversal Entertainment, spoke about the power of the 8 PM slot when discussing the scheduling of the new unscripted series *On Brand with Jimmy Fallon.* It will debut in September behind *The Voice* on Tuesday and then move to the Friday 8 PM hour in October once the NBA season starts and takes over Tuesday nights on NBC.

"We really want *On Brand* to work, and the two best time periods for that show are having *The Voice* as a lead-in, which is amazing. Access now is the best lead-in, the broadest live lead-in that you can give shows," he said. "To be able to give the Access time period on Friday at 8 PM is a huge opportunity for the show; we're just giving it the best opportunity to succeed."



'Grosse Pointe Garden Society' (l-r) Ben Rappaport as Brett, Aja Naomi King as Catherine, Melissa Fumero as Birdie Mark Hill/NBC

The 'Grosse Pointe' Experiment

NBC recently provided a case study for the impact of the Access lead with the scheduling relocation of struggling freshman drama series *Grosse Pointe Garden Society* from its original Sunday 10 PM time slot, where it aired behind *Suits LA*, to Fridays at 8 PM.

Years ago, a move to the lower-trafficked Friday night would've been considered a demotion. But not now, especially when the potent 8 PM slot is involved. Despite the mystery drama being highly serialized, making it harder for a casual viewer to join in, *Grosse Pointe* saw an immediate 20% L+SD viewership jump on its new night and has since improved that to 40%. That is off a small base, and *Grosse Pointe* remains NBC's lowest rated series of the season in L+SD but the effect of the Access lead-in was instant and notable.

The Fox exception

The Access lead-in bonanza does not extend to Fox as the network's local stations, which carry programming such as *Extra* and *TMZ* from 7 PM – 8 PM, deliver 1.946 million viewers in the hour, less than half of what ABC, NBC and CBS get from their stations to kick off primetime.

That makes Fox shows work harder for their ratings. Fox Entertainment CEO Rob Wade acknowledged that during the network's pre-upfront call on Sunday.

"We're actually really proud. Access isn't the strongest part for us," he said. "We actually grow 38% on our Access. I think we're the only network to do that."

10 PM Jitters

Conversations about the Big 3 broadcast networks returning the 10 PM hour to their local stations began around the time DVRs were introduced more than two and a half decades ago, kickings off the slow decline of 10 PM as viewers started using the time period to catch up on shows they had recorded. The process was accelerated by the arrival of streaming, which took on-demand viewing to another level. It also shifted broadcast networks owners' priorities to building their digital platforms, with the networks' role evolving into providing an initial window for programs destined for streaming.

Recalling how his long-ago predecessor David Barrett, "first raised this in the late-'90s with ABC," Hearst Television President Mike Hayes said last October that discussions with the networks about 10 PM have continued ever since, insisting, "We see it as a win-win." Stations have long argued that they could do better in the hour with local programming.

Steven Kern, SVP, Program Planning & Scheduling for NBCUniversal Entertainment shared his own recollection about the 10 PM debate.

"It's more than a decade," he said on the NBC pre-upfront call. "It used to come up when Jeff [Bader] and I worked at ABC every few years."

The NBC warning shot

While local stations have been eager to take over the 10 PM hour for decades, the prospect of that did not become real until 2022 when NBC became the first network to admit that it was seriously considering dropping the slot under then-NBCUniversal CEO Jeff Shell.

In October 2022, he acknowledged that the cost-cutting measure amid declining linear viewing for entertainment programming would allow NBCU to "reallocate resources" toward areas of the company that were growing.



Jeff Shell Getty Images

It is unclear whether Shell would've followed through with the plan as he was ousted several months later. But rumors about broadcast networks potentially abandoning the 10 PM hour have continued, alternating among the networks. First it was NBC, then ABC last year, and most recently CBS, likely stemming from the fact that the proponent of NBC's 10 PM retreat, Shell, is now poised to become President of CBS parent Paramount Global if/when its merger with Skydance Media is complete.

According to sources, Shell did float the idea about dropping the 10 PM hour with CBS executives but that was put to rest after he was presented with detailed arguments — and data — why programming the time slot makes financial sense for the network.

10 PM drama

Of the three broadcast networks that air three hours of primetime Monday-Friday, CBS is the one that appears most committed to 10 PM dramas, having the genre on the fall schedule five nights a week with *CIA*, *NCIS: Sydney*, *Elsbeth*, *Boston Blue* as well as encores on Sunday, to be replaced by *Watson* in January.

"The 10 PM dramas are good business for CBS from a performance and P&L standpoint, as well as the value they bring to Paramount+," George Cheeks, Paramount Global co-CEO and CBS President and CEO, told Deadline. "These dramas also provide a powerful lead-in for late local news for our affiliates and O&O's."

NBC, which has 10 PM dramas on three nights with *Brilliant Minds*, *Chicago P.D.* and *The Hunting Party*, is not contemplating an exit from the hour either.

"That conversation [10pm] comes around every [year] for the last decade but not right now," Bader said on Saturday.

With NBCU's 11-year NBA deal commencing in October to join the company's NFL and college football packages, NBC will have three nights a week of live sports in the fall and two in midseason that easily fill three hours of primetime.

ABC has two 10 PM dramas on the fall schedule, which features two nights of football programming, returning hot newcomer *High Potential* on Tuesdays and veteran *Grey's Anatomy* on Thursdays. The network, which regularly slots game shows and newsmagazines in the time period, is trying something new this fall with *Shark Tank* on Wednesdays 10 PM.

"We're absolutely committed to 10 o'clock," Erwich told Deadline. "We've launched our biggest hit show there, *High Potential. Grey's Anatomy* continues to thrive there. We put one of our most important shows, *Shark Tank* there, it's a big hour for us."

The Hollywood Reporter

TV FEATURES

How World-Building Took Over Television

From ‘Andor’ to ‘Severance’ to ‘The White Lotus,’ your series is nothing if doesn’t hint at a universe beyond the screen.

By **Eric Kohn** May 21, 2025 9:15am



From left: Diego Luna in Andor; Britt Lower and Adam Scott in Severance; and Natasha Rothwell in The White Lotus.

Television series these days have never been busier. Shows exist against a backdrop of sprawling storylines; they contain characters with indefinite spinoff potential. When Emmy voters start marking their ballots this season, they won’t just be weighing in on an episode, performance or even series. They’ll be evaluating a world — a set of interconnected characters and storylines that can extend far beyond the 30 or 60 minutes in front of them.

Andor delivers a new hope for Disney as it wraps up a stunning two-season arc for Cassian Andor (Diego Luna), the apolitical pariah turned revolutionary who gives his life in Rogue One: A Star Wars Story. That movie was initially a prequel to the original Star Wars: Episode IV — A New Hope, but Andor sets the stage for it far better, essentially resetting the entire Star Wars narrative as the result of rebel factions operating in the shadows of a fascist, Orwellian state.

To a certain degree, Mike White's The White Lotus operates as a traditional anthology series. Yet in the second and third seasons, characters and dilemmas have sneaked into new scenarios, enhancing the stakes without fleshing out all the details, so audiences can dig around for clues. Sure, one can enjoy The White Lotus as a keen satire of consumer excess. But viewers can also contemplate the complex history behind this global resort industry that seemingly unfolds endlessly from one season to the next.

Severance offers its own example. While as a serialized piece the Dan Erickson show has not yielded standalone seasons or separate products, it still suggests a larger world that might one day be populated with them. Its story of office drones who only exist at the workplace is an entrancing sci-fi premise on its own, but it unfolds against the compelling backdrop of the eerie Lumon Industries, a company and cult with a history that stretches back decades and invites more speculation than the first two seasons could possibly resolve.



The universes of (clockwise) Star Trek, Lost and Twin Peaks. Paramount/Courtesy Everett Collection; Mario Perez/ABC/Courtesy Everett Collection; Courtesy Everett Collection; Adobe Stock

World-building on TV goes back many decades to Star Trek, got hip with Twin Peaks in the early 1990s, was given an extra boost in the aughts with Lost — and, in a more populist way, with Dick Wolf worlds like Law & Order and later FBI.

But the current spate of episodic world-building also extends from other phenomena. Fan culture has consumed interconnected mythologies for generations, from J.R.R. Tolkien to Dungeons & Dragons, both of which had cemented their status before Star Wars became the industry standard in 1977.

A quarter-century ago, The Matrix encompassed a franchise that existed across not only three movies but comic books, anime and one very densely plotted video game, rewarding only the truest die-hards.

The birth of the Marvel Cinematic Universe with Iron Man in 2008, The Avengers in 2012 and the many moneymaking movies that followed proved that world-building on a massive commercial scale wasn't some once-in-a-generation anomaly — it was the new market standard. Now, an intricate mythology is intrinsic to virtually every major facet of popular culture, from Minecraft to Brat Summer. Our cluttered media landscape demands that everything connects to some bigger picture to make it worth the investment. This outcome means that sprawling universes go well beyond the MCU. Stories that don't at least hint at some measure of a lineage struggle to stand out.

At times, of course, this can all be overwhelming — tedious to the point of exhaustion, and a perfect recipe for viewers tuning out. All this mythologizing risks alienating people only looking for a toe-dip. But the universe show offers viewing pleasures that previous iterations of TV never did. And in addition to providing puzzles for viewers to chew over, the "universe" factor can, not for nothing, also help a show during Emmy season, where ambitious achievements tend to break through the noise better than modest ones.

Not that a universe show always has to call attention to itself. As Andor progresses through its bracing second season, it never slows to linger on references to fan favorites from the famous installments. Showrunner Tony Gilroy grasps that the milieu provides such a powerful foundation that it requires no additional explanatory context. Audiences either fill in the gaps or — crucially — they don't have to keep up with the backstory at all, because Andor fully exists on its own terms.

Sometimes the universe piece can even turn its messiness into an advantage. With their Matrix sequels, the Wachowskis were ahead of the curve in terms of storytelling that wields confusion by design: Neo (Keanu Reeves) is trying to make sense of his reality along with the audience, and making sense of an ever-changing reality feels especially potent in 2025. Severance carries forth that legacy. In its recent season, the show has explained a lot — certainly more than precedents like Twin Peaks and Lost — but the plight of its heroes doesn't necessarily tell the whole story. The origins of Lumon as a business, dogma and lifestyle inspire endless possibilities. What can seem overwhelming is also what keeps people hooked.

That's the thing about world-building: No matter how expansive the possibilities, audiences can decide how deep they want to go. There are risks to overextending the welcome, but potential rewards can be just as plentiful.

PUCK

Can Twitch Become YouTube Before YouTube Becomes Twitch?

Nobody in Hollywood seems to have an answer for YouTube's dominance in streaming video, but executives definitely don't know what to make of Amazon's Twitch, the world's most popular livestreaming platform. But for all its success, why does it still live in YouTube's shadow?



There's no question that Twitch is a success story: There are the gaming streamers—the bread and butter of Twitch's business—like Tyler "Ninja" Blevins, newly minted global superstars who draw millions of viewers to their streams. Photo: Denise Truscello/Getty Images for Amazon's Crown Channel

Julia Alexander May 21, 2025

Hollywood tends to ignore paradigm shifts in real time, and then spends years playing catch-up. Look no further than YouTube, which entertainment industry executives are finally taking seriously about a decade too late: Monthly public shaming charts from

Nielsen show that YouTube was the only streaming platform to grow its engagement on connected televisions over the past six months. It's also the most popular streaming platform, measured by total U.S. viewership, even if it doesn't have the same glamour as Netflix.

If Hollywood isn't sure what to do about YouTube, it definitely doesn't know what to make of Twitch, Amazon's 14-year-old livestreaming platform. Back in December, Twitch users streamed 1.58 billion hours of content, according to StreamCharts, a remarkable figure that most major streaming services would kill for—and that was Twitch's lowest-traffic month in four years, following a pandemic boom. (December is typically slower; even creators take time off over the holidays.) Still, the number of active Twitch channels increased by 6 percent in the same month, and average viewers per channel jumped by 3 percent.

There's no question that Twitch is a success story. When Amazon acquired the gaming-focused livestreaming company, in 2015, it had roughly 7 million monthly viewers. These days, it boasts around four times that many, and it's no longer just a place for gamers to congregate. Twitch is also extremely global, maintaining a 60 percent share of the worldwide livestreaming landscape. And it's home to some of the most successful creators on the planet: Kai Cenat has 17.3 million followers and shut down Washington Square Park in 2023 after thousands of fans mobbed one of his meetups; Hasan Piker, the most well-known leftist creator on the internet, appears onstage with the likes of A.O.C. and Bernie Sanders; and then there are the gaming streamers—the bread and butter of Twitch's business—like Tyler "Ninja" Blevins, newly minted global superstars who draw millions of viewers to their streams.

Twitch doesn't focus on its video-on-demand business, but it tops YouTube in livestreaming. Ask people inside the company, and they'll say they're concentrated on the service's FOMO component: Watch it live, or miss out completely. But there are two areas where Twitch should deepen its edge over YouTube, and make itself more compelling for the creators who power its platform: Live sports simulcasting; and creating proper channel libraries for fans to catch up on streams they missed live. Otherwise, Twitch streamers will just upload their best work to YouTube, deepening Google's own quasi-monopoly.

Still, Twitch is primarily a mobile platform (70 percent of all new viewers start on mobile, per Twitch) that accounts for only about 0.1 percent of all viewing on TVs in the U.S.… not great for a $1 billion acquisition that was pitched as Amazon's answer to YouTube! So what does Amazon need to do to turn Twitch into a major player on TV sets, and a more lucrative part of Amazon's advertising-focused video empire? Like seemingly everything in the streaming industry, it starts with the NFL.

Fumble!

Back when Prime Video was sharing Thursday Night Football rights with Fox and NFL Network, between 2018 and 2021, co-streaming the games on Twitch was a core part of Amazon's strategy. It was also an exciting partnership for the league. The Twitch audience, after all, is half as old as Prime Video's, and the free access (you didn't need a Prime membership) would theoretically appeal to people who have never paid for cable. It seemed to work, at least for a while: Audience sizes for regular season NFL games on Twitch jumped 45 percent between 2018 and 2019, while viewership increased by nearly 35 percent, per Stream Hatchet Analytics. And most importantly for Twitch, co-streaming was responsible for 50 percent of all Thursday Night Football content on the platform. If you're trying to pitch yourself to league partners as television's future, not looking like everyone else is the name of the game.

Leaning into simulcast streams for the NFL seemed to highlight Amazon's attempt to expand its video strategy. Thursday Night Football was a Prime Video event, but encouraging Twitch audiences to watch with their favorite livestreamer was a way to reach new cohorts and collect additional advertising revenue. Both Twitch and Amazon leaned heavily into the potential Thursday night television takeover Twitch could play a part in… but that's no longer the case. NFL games will stream on Twitch's official Prime Video channel for free, but creators will no longer be able to carry the stream.

Although Twitch declined to comment on why it removed the feature, we only have to look at the company's other attempts to integrate more traditional programming fare into its nontraditional platform. That same NFL strategy was applied to other general entertainment rights that Amazon shared with Twitch. In 2020, Twitch launched a feature dubbed "Watch Party," but sunsetted it last year, citing declining use. It remains unclear whether this was due to an audience-interest problem or a product problem, but YouTube seems to be betting on the latter, and is now looking to expand its "Watch With" feature. In fact, YouTube C.E.O. Neil Mohan shouted it out during his recent appearance on The Town. YouTube will also be the exclusive home for the NFL's season-opening game in São Paulo, making it available globally for free—a massive opportunity to grow the "Watch With" audience. Amazon, which has acquired rights to NASCAR and the NBA in addition to the NFL, now faces the prospect of YouTube beating it at its own original concept.

Whatever the reason for the demise of "Watch Party," it underscored the central video-on-demand problem for Twitch. For YouTube, video-on-demand provides an important source of revenue for creators, who inevitably build their audience off libraries of content that live on the platform. Building off Mohan's plan for more sports content on YouTube proper, not just carried via YouTube TV, a creator like the MLB-focused Jomboy (2.1 million subscribers), for instance, could theoretically livestream an MLB game with

his audience if YouTube had the rights, but he can also turn that into stand-alone videos that users can find later, which means he can generate revenue in perpetuity. Twitch hosts V.O.D. clips, but they aren't a significant part of the platform, and don't seem to be a priority for Amazon. While this helps differentiate it from YouTube, it's also driving creators to its top competitor.

Missing Incentives

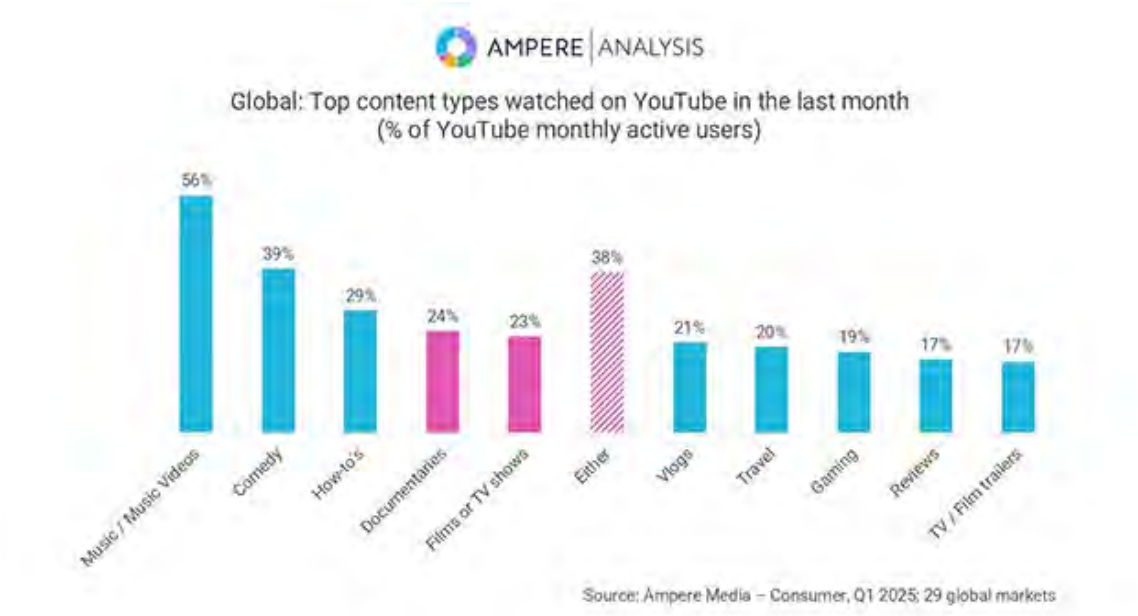
Unsurprisingly, the incentive that matters most within the user-generated-content space is monetization, which is why YouTube pays out more than half of its revenue to creators. The case of Charles White Jr., who streams on both YouTube and Twitch, is illustrative. One of his most popular streams on YouTube peaked at just around 38,000 viewers, but amassed more than $84,000 in advertising revenue, he said in January. By comparison, his most successful Twitch stream peaked at more than double the YouTube number, but only generated around $11,000 in advertising revenue and subscriptions. The difference, of course, is that 98 percent of the YouTube revenue came from replays as people discovered the video over time on his channel.

Instead of trying to realize some of that revenue potential, however, Twitch is focused on trying to compete with apps like TikTok by introducing a scrollable vertical feed, and encouraging better retention and discoverability. It's not going particularly well: Total platform followers—i.e., the total combined followers across all channels—have steadily declined since February 2023, and fell off a cliff in January 2025, dropping to 46 million, their lowest level since before the pandemic, per Twitch analyst Zach Bussey. It's evident that audiences on Twitch aren't interested in an experience they can already get elsewhere.

Twitch is still one of the biggest user-generated-content platforms in the world, with more than 105 monthly visitors and streamers earning more than $1 billion in payouts last year—but what it is, and who it's for, is the biggest question facing the company in 2025. It still registers strong viewership, and has welcomed back top creators who'd previously abandoned the platform for exclusive deals elsewhere. But outside of a few key stars, Twitch doesn't have the cultural cachet of YouTube or its mobile competition. The company is reportedly losing money on its $2 billion-a-year revenue, and Amazon laid off 33 percent of Twitch's employees in 2024.

Perhaps Twitch's role in our overly abundant content world is much smaller than executives envisioned a few years ago. Maybe it remains the go-to livestreaming service for categories like gaming. But Amazon, a company whose market cap is sitting at more than $2 trillion, isn't content with thinking small. It's unclear whether Twitch can ever truly take on YouTube. But at a time when more people are open to nontraditional entertainment on their TV sets, it's sure going to try.

El 40% de los usuarios de YouTube en Latam consumen series y películas en la plataforma, revela Ampere



Casi cuatro de cada diez usuarios activos mensuales de YouTube consumen contenido tradicional como series, películas o documentales en la plataforma, revela un nuevo estudio de Ampere Analysis.

La cifra incluye un promedio de los usuarios de todo el mundo, pero varía según la región.

En América Latina, por ejemplo, el promedio es según Ampere ligeramente superior, llegando al 40%. Y las cifras son especialmente altas en Asia Pacífico, donde el 45% de los usuarios activos mensuales ven documentales, series o películas.

En el otro lado del espectro, en Europa occidental el número cae al 28%, mientras que en América del Norte se alinea con el promedio global del 37%.

El consumo de estos contenidos se da en todos los grupos demográficos, pero tiene una ligera concentración en usuarios de entre 35 y 44 años y en hogares familiares.

Además, entre quienes consumieron tanto documentales como series o películas en el último mes, el 34% usó smart TVs para parte del visionado, frente al 22% del total de usuarios de YouTube.

De todos modos, el smartphone sigue siendo el dispositivo más utilizado para ver YouTube en este grupo, con un 77%, seguido por las computadoras o laptops (37%).

El informe también destaca que YouTube es la plataforma de streaming con mayor base de usuarios activos del mundo: el 84% de los usuarios de internet lo usa mensualmente, el 73% semanalmente y el 59% todos los días.

"La plataforma más vista del mundo ha recorrido un largo camino desde sus inicios con videos caseros, bromas y vlogs de baja calidad", dijo Daniel Monaghan, director de investigación de Ampere Analysis. "Esos formatos siguen siendo populares, pero hoy también vemos series completas y películas subidas por grandes estudios, productores y canales".

"Eso puede generar cierta canibalización en las plataformas propias de los estudios, pero el alcance de YouTube hace que la posibilidad de expandir la audiencia y generar ingresos a través de acuerdos publicitarios sea imposible de ignorar", agregó.

"Creemos que el engagement seguirá creciendo, especialmente a medida que YouTube se afianza en los smart TVs y deja de ser solo una experiencia móvil o de escritorio".

Karolina Kaminska

22-05-2025

©cveintiuno

INTERNACIONAL / STREAMING

38% de los usuarios de YouTube ven TV tradicional y cine en la plataforma

22/05/2025 **Por ttvnews**



Ampere Analysis

Los documentales, los programas de televisión y las películas figuran entre los cinco tipos de contenidos más vistos en YouTube.

Casi cuatro de cada 10 (38%) de los usuarios activos mensuales de YouTube en todo el mundo, disfrutan ahora viendo contenidos tradicionales de televisión y cine en la plataforma, según el estudio de consumo publicado recientemente por Ampere Analysis.

Los documentales, los programas de televisión y las películas figuran entre los cinco tipos de contenidos más vistos en YouTube.

YouTube tiene la mayor base de usuarios activos de todas las plataformas de vídeo en línea del mundo, con un 84% de internautas que la ven al menos mensualmente, un 73% semanalmente y un 59% a diario.

Con un alcance mundial tan enorme y, en la actualidad, con escaso solapamiento de la audiencia profesional de formato largo por géneros. Según Ampere Analysis, hay más potencial tanto para la plataforma como para los creadores y propietarios de contenidos.

YouTube ha recorrido un largo camino desde sus primeros días de bromas, memes y vlogs cortos y de baja calidad generados por los usuarios. Esos tipos de contenidos siguen siendo muy populares, pero ahora se suben más programas de televisión y películas de los principales estudios, productores y cadenas. Por un lado, se corre el riesgo de canibalizar algunas audiencias propias.

Por otro, la magnitud y el alcance de YouTube hacen que no se puedan ignorar las ventajas de ampliar la audiencia a la que se puede acceder, al tiempo que se abren nuevas fuentes de ingresos a través de acuerdos de publicidad compartida con la plataforma, según analiza la firma.

Los documentales, los programas de televisión y las películas mantienen a los usuarios en la plataforma durante más tiempo, aumentando la audiencia y creando nuevas fuentes de ingresos.

El reporte indica que la audiencia de este tipo de contenidos en YouTube se inclina ligeramente hacia las personas de 35 a 44 años y los hogares familiares, aunque son populares en todos los grupos demográficos y especialmente en Asia-Pacífico, donde el 45% de los usuarios activos mensuales los han visto, y en América Latina, donde lo ha hecho el 40%. Por el contrario, en Europa Occidental la audiencia es más moderada (28%), mientras que en Norteamérica se sitúa en la media mundial (37%).

El fácil acceso a YouTube a través de la pantalla del televisor es un factor que contribuye a la popularidad de los contenidos de larga duración en la plataforma. El debate en el sector sobre si YouTube cuenta como televisión continuará, pero mientras tanto los datos de la encuesta de Ampere Analysis muestran que el 34 % de los que vieron documentales y series/películas de televisión en YouTube el mes pasado utilizaron una Smart TV para al menos parte de su visionado.

LA Screenings 2025 en siete conclusiones

Pina Mezzera 22-05-2025 ©cveintiuno

Desde catálogos más reducidos a la incertidumbre en torno a los derechos, pasando por el sentir de los buyers de Iberoamérica y a una industria global que puede estar a punto de repuntar, estos son siete grandes temas y tendencias que dejó la edición 2025 del evento anual en Los Ángeles.



Hacia un mercado más compacto

Menos días, menos screenings, menos producto, menos gente. Si hace años los buyers se instalaban durante dos semanas en Los Ángeles, ahora muchos tenían estadías de apenas tres o cuatro días. Si varios estudios ofrecían días enteros de screenings, ahora los racionalizaron en medias jornadas o juntando a buyers de distintos territorios el mismo día. Si antes se veían decenas de pilotos, ahora fueron un puñado de trailers y en ocasiones solo dos episodios completos.

Los LA Screenings Independents también debutaron en el Hollywood Roosevelt Hotel en una versión de dos días y con algo menos de movimiento.

No obstante, el ambiente de los LA Screenings 2025 no fue pesimista, sino de asumir que las cosas han cambiado y toca adaptarse.

Además, en general los compradores destacaron que el contenido que vieron fue mejor que otros años, con menos apuestas pero de mayor calidad. Entre los títulos que más conversación generaron se encuentran el procedimental policial 'Task' (Warner Bros. Discovery), la ficción true crime 'The Twisted Tale of Amanda Knox' (Disney), la comedia laboral 'DMV' (Paramount) y 'The Paper' (NBCUniversal), el mockumentary ambientado en el universo de 'The Office'.



'Task', uno de los shows destacados de WBD, que solo proyectó títulos de Max y HBO

Las billeteras se quedaron en casa

Los buyers (en especial los de Iberoamérica) ya no llevan la billetera a Los Ángeles. Hace años que los LA Screenings dejaron de ser un mercado donde cerrar acuerdos, pero en esta edición se hizo aún más patente.

Con mucho del producto nuevo no disponible para sus canales, o a precios fuera de alcance, la mayoría de los compradores de Latam, España y Portugal transcurrieron la semana buscando detectar tendencias, entender qué producto están empujando los majors, hacer contactos en Hollywood, ponerse al día con colegas.

La pregunta es qué tan sostenible es viajar con estos objetivos a una ciudad donde una copa de vino te cuesta US$ 20.

Y aunque muchos buyers dijeron que tal vez fuera la última vez que tendría sentido ir… ¿hace cuántos años venimos escuchando eso? En esta era post Peak TV, el mercado está encontrando su *new normal* más compacto, y no parece que nadie quiera perderse una semana en LA, donde la magia todavía no ha desaparecido.

Derechos abiertos pero confusos

Flexibilidad fue probablemente la palabra más repetida por los ejecutivos de los estudios durante la última semana, en la que se mostraron más abiertos que nunca -al menos desde el inicio de la era del streaming- a licenciar los derechos de sus contenidos.

Sony Pictures Television (SPT), el único gran estudio sin una plataforma propia, hizo gala de su independencia en estos LA Screenings, donde lanzó un mensaje claro a los compradores sobre la disponibilidad de contenidos y ventanas de exhibición.

“Ser independientes está en el centro de nuestro modelo. Nuestra mayor fortaleza es poder trabajar con todos”, resumió a C21 antes del evento Jason Spivak, copresidente de distribución y canales de SPT.

Desde los estudios de Sony en Culver City, John Rossiter, EVP de distribución y canales para América Latina, dijo a Cveintiuno: “La capacidad de ser independientes nos permite enfocarnos en crear los shows que queremos, elegir a los creadores que queremos y tener flexibilidad para adaptarnos rápido a los cambios del mercado”.

Y varios de los estudios con plataformas propias también han dado señales más claras sobre lo que pueden licenciar y cuándo.

Paramount Global, por ejemplo, está “explorando cuidadosamente oportunidades de segunda ventana para los originales de Paramount+”, según Lisa Kramer, presidenta de licencias internacionales de contenido. Aunque aclaró: “No hemos instaurado un nuevo modelo donde todo se vaya a licenciar. Las decisiones se tomarán título por título”.



Dan Cohen y Lisa Kramer de Paramount Global durante los LA Screenings 2025

Una idea similar compartió David Decker, presidente de ventas globales de contenido de Warner Bros. Discovery (WBD), quien sostuvo que "la venta estratégica es la única forma de sobrevivir", al ser una compañía que vende tanto contenidos terminados como suscripciones directas al consumidor.

Aun así, varios compradores dijeron a Cveintiuno que todavía hay poca claridad respecto a la disponibilidad de derechos de los contenidos.

Larga vida a las franquicias

Hablemos de contenido. Por un lado, fue evidente que las pantallas son cada vez más selectivas con lo que aprueban. También quedó clara la caída de las comedias y dramas de cadena, que en algún momento acapararon los screenings. WBD, por ejemplo, no incluyó ni una sola serie de cadena entre sus novedades.

Y, como era de esperar, se mantuvo el dominio de las franquicias. En tiempos de ajustar los márgenes de fracaso, la sensación es que todo es un spin-off de algo. Y que lo nuevo está creado ya previendo sus potenciales precuelas y secuelas.

Desde América Latina, SPT y Disney fueron los dos estudios que generaron noticias de producción, justamente con apuestas por revivir grandes IPs.

En el caso de SPT, el estudio ahora liderado en la región por Coty Cagliolo producirá tres series: 'Señoras mal', nueva versión del dramedy juvenil mexicano 'Niñas mal', la adaptación mexicana de la italiana 'Doc', y 'Carlota', donde el ícono pop Belinda se pondrá en la piel de la primera emperatriz de México, Carlota de Habsburgo.



Claudia Álvarez, Cassandra Sánchez Navarro y Isabel Burr volverán al elenco de 'Señoras mal'

Y Disney confirmó que durante 2025 comenzará a producir "franquicias muy conocidas".

“Cuatro de ellas de larga duración que en su momento fueron un éxito en TV abierta. Son franquicias muy potentes en formato largo, estilo seriela o telenovela”, reveló en el screening Fernando Barbosa, SVP y general manager de Media Networks de Disney Latin America.

Según entiende Cveintiuno, la idea de Disney es producirlas en alianza con canales latinoamericanos que emitieron en su momento los títulos originales, siguiendo el reciente caso de éxito del reboot de ‘Pedro, el escamoso’, que Disney coprodujo con la colombiana Caracol.

De ahí, otra tendencia clara: en América Latina la coproducción entre streamers y broadcasters no tiene marcha atrás.

El apetito de Latam se llama formatos

Antes del evento, hablábamos de que los principales broadcasters latinoamericanos están todos siguiendo la misma estrategia: convertirse en estudios capaces de abastecer tanto a sus propias señales como a terceros, aprovechando las facilidades de producción que les dejó la época dorada de la TV abierta.

Tras decenas de conversaciones esta semana en LA, quedan más claras las ramificaciones del modelo: menos slots para contenido adquirido (más demanda de películas), más necesidad de formatos probados para adaptar, más búsqueda de eficiencias con hubs de producción, más apertura a coproducciones y alianzas (si puede ser con streamers, mejor).

La renovada oportunidad para vender formatos en la región no se reduce al entretenimiento, sino que encuentra también vías en la ficción. Compañías como Fremantle y Sony ya están dando pasos en este sentido.



Sheila Hall Aguirre

Sheila Hall Aguirre, VP de ventas y desarrollo para Latam en Fremantle, reveló a Cveinituno que la compañía comenzará a comercializar en la región un catálogo scripted que incluye thrillers, dramas criminales, procedimentales y comedias, entre otros.

“Es una selección amplia y diversa de series que han sido populares por todo el mundo. Son títulos que pueden ser fácilmente adaptados, porque en sus versiones originales fueron historias relevantes, relacionables y auténticas”, explicó la ejecutiva.

Y Coty Cagliolo, SVP y managing director de producción de Sony para América Latina y US Hispanic, sostuvo: “En el terreno scripted, creo que el camino está en crear IP nuevo y en adaptar formatos. Y por eso estamos invirtiendo en desarrollo”.

¿Quién dijo aranceles?

Si pensábamos que la amenaza de Donald Trump de aplicar aranceles del 100% a contenidos “de tierras extranjeras” iba a ser el tema de conversación excluyente en Los Ángeles, nos equivocábamos.

La oleada de pánico y especulación que se desató a inicios de mayo parece haberse diluido. El consenso general fue que (al menos todavía) no vale la pena preocuparse por amenazas mal concebidas y poco probables. Y algunas de las propuestas impulsadas por Jon Voight, embajador especial de Trump para Hollywood, como la creación de un incentivo fiscal federal, generaron algo de apoyo, pero también se toman con cautela.

El limbo de Hollywood

La mencionada confusión en torno a los derechos habla de una incertidumbre mayor que atraviesa a todos los estudios y plataformas de Hollywood que no se llaman Netflix, Amazon o Apple. Es que, en mayor o menor medida, los estudios tradicionales todavía están transicionando sus negocios hacia el streaming, que tras más de cinco años empieza a generar las primeras ganancias.

Uno de los síntomas de esta crisis es el regreso de WBD al nombre HBO Max para su plataforma, después de haberlo descartado hace dos años. Aunque muchos consideran que fue una decisión acertada, también es un reconocimiento implícito de que la tesis detrás de la fusión WarnerMedia-Discovery (es decir, que juntar ficción premium con no ficción de bajo costo iba a crear un rival de peso para Netflix) no funcionó.

WBD también estaría considerando separar sus canales de cable en una compañía independiente, en una estrategia similar a la de NBCUniversal con Versant, y a la de Lionsgate con Lionsgate Studios y Starz.

En tanto, Paramount Global, que ha invertido y perdido miles de millones con Paramount+, necesita urgentemente que su fusión con Skydance reciba luz verde por parte de los reguladores.

Todos estos estudios, más Disney, probablemente luzcan muy distintos cuando lleguen los LA Screenings 2026. Para entonces Fox también ya habrá lanzado su propia plataforma, aunque la compañía ha minimizado el impacto que esto pueda tener sobre su negocio lineal.

La industria global de la TV lleva casi una década en transformación veloz, y los LA Screenings 2025 fueron una versión en miniatura de esa transición. Aunque muchas de las grandes compañías están en pausa, hay una sensación de que finalmente están cruzando el puente hacia una nueva etapa con reglas distintas, pero al menos conocidas.

Cinco shows de los estudios que generaron ruido e interés entre los buyers en LA

Jordan Pinto 22-05-2025 ©cveintiuno

LA SCREENINGS: Mientras los compradores internacionales regresan a sus países, C21 destaca cinco títulos estadounidenses de los estudios que lograron generar ruido y despertar interés esta semana entre los buyers.

Los compradores internacionales se despiden de los LA Screenings con varias ideas en la cabeza.

Y aunque la cita de Los Ángeles es hoy solo unade entre las muchas donde se presentan novedades, esta semana sí que dejó varias propuestas que despertaron entusiasmo entre quienes recorrieron los cócteles y los screenings organizados por los estudios.

C21 y Cveintiuno pasaron los últimos siete días corriendo de un lado a otro en Los Ángeles para cubrir todos los movimientos. Y estas son cinco de las series que más dieron que hablar.



'The Paper'

'The Paper'

Desde antes del comienzo de los Screenings, 'The Paper' ya era uno de los títulos más esperados. Y a pesar de las altas expectativas, las primeras reacciones indican que cumplió con creces. Es que muchos de los compradores con los que habló C21 en Los Ángeles la señalaron como su favorita de la semana.

Ambientada en el universo de 'The Office US' y protagonizada por Domhnall Gleeson, Oscar Nuñez y Sabrina Impacciatore, 'The Paper' llega 12 años después del final de 'The Office', serie estadounidense basada en el mockumentary británico creado por Ricky Gervais y Stephen Merchant.

Este reboot de la franquicia sigue a los documentalistas que inmortalizaron la sucursal de Dunder Mifflin en Scranton en busca ahora de un nuevo proyecto. Su próximo foco: un histórico diario del Midwest en vías de extinción y un editor decidido a revivirlo con reporteros voluntariosos.

Es pronto aún para anticipar ventas internacionales para NBCUniversal Global TV Distribution, pero ya se escuchan rumores de fuerte interés (y pujas) en Canadá y Reino Unido. Aunque en Estados Unidos será original de Peacock, varios compradores señalaron que funcionaría también en señales lineales.



Grace Van Patten protagonizará 'The Twisted Tale of Amanda Knox'

'The Twisted Tale of Amanda Knox'

Según la reacción inicial, este piloto de Hulu marcó muchos ticks en las casillas correctas: un true crime con un giro nuevo y atractivo sobre el caso que hizo famosa mundialmente a Knox, la estudiante estadounidense condenada por asesinar a su compañera de cuarto en Perugia en 2007 y absuelta tras pasar cuatro años en prisión.

El piloto arranca en 2022, cuando Knox regresa a Italia, pero también alterna con flashbacks del asesinato. Grace Van Patten (‘Nine Perfect Strangers’, ‘Tell me Lies’) interpreta a Knox en esta serie limitada de ocho episodios que promete atraer a los compradores internacionales. La producción es de 20th Television junto a Knox Robinson Productions, The Littlefield Company y Alt Ending Productions.



‘DMV’

‘DMV’

Esta comedia de 30 minutos de CBS con Harriet Dyer, Tim Meadows y Molly Kearney provocó risas constantes durante su proyección en Paramount. Ambientada en una oficina del departamento de vehículos, sigue a un grupo de empleados con sueldos mínimos que sobreviven al malhumor de los clientes apoyándose entre ellos.

Varios compradores la compararon con ‘Colin from Accounts’, la comedia australiana que fue sensación internacional en 2022 en plena escasez de programación estadounidense pospandemia. Aquella también tenía a Dyer entre sus protagonistas y ‘DMV’ podría repetir su suceso global. Los derechos internacionales están en manos de Paramount Global Content Distribution.

‘The Miniature Wife’

Sony Pictures Television no mostró episodios completos durante su showcase del domingo por la noche, pero sí trailers y adelantos que generaron conversación. Uno de los que más llamó la atención fue ‘The Miniature Wife’, original de Peacock producido por Media Res (‘The Morning Show’, ‘Pachinko’) y basado en el cuento de Manuel González.



Elizabeth Banks y Matthew Macfadyen protagonizan 'The Miniature Wife'

Protagonizada por Elizabeth Banks ('Pitch Perfect') y Matthew Macfadyen ('Succession'), es una comedia premium que explora los desequilibrios de poder conyugal tras un accidente tecnológico que lleva al extremo una crisis de pareja. Si el teaser es fiel reflejo del tono de la serie, es probable que se venda rápido.



'Task'

Warner Bros Discovery apostó fuerte por sus títulos de HBO y Max durante los LA Screenings, al punto de no incluir ninguna serie de TV abierta en su presentación. Entre todas, el título que más destacaron los compradores fue 'Task', un policial ambientado en Filadelfia con Mark Ruffalo como un agente del FBI que lidera un grupo de trabajo para resolver una serie de violentos robos.

La serie marca el reencuentro de su creador Brad Ingelsby (Low Dweller Productions), el productor Wiip y HBO tras el suceso de 'Mare of Easttown'. Y ese antecedente puede jugar muy a su favor. 'Task' tiene previsto su estreno en septiembre por HBO.

INTERNACIONAL / STREAMING

TelevisaUnivision y Disney Entertainment anuncian nueva alianza de distribución

21/05/2025 Por ttvnews



Esta alianza permitirá el lanzamiento de los canales estadounidenses de TelevisaUnivision en Hulu+ Live TV, mientras que Disney+ y ViX estarán disponibles como una oferta combinada en México.

TelevisaUnivision y Disney Entertainment anunciaron hoy una nueva alianza de distribución multirregional, que ofrece a los consumidores hispanohablantes más opciones y accesibilidad.

Como parte del nuevo acuerdo, las cadenas estadounidenses de TelevisaUnivision, incluyendo Univision, UniMás, TUDN y Galavisión, se lanzarán en la programación principal de Hulu+ Live TV el 3 de junio, justo a tiempo para la tan esperada Copa Mundial de Clubes de la FIFA y la Copa Oro de la Concacaf, brindando a los suscriptores acceso al contenido en español más visto del país, desde éxitos con y sin guion hasta lo mejor en noticias, deportes y entretenimiento en vivo.

Además, los canales de TelevisaUnivision, como N+FORO, tlNovelas, Bandamax, De Película, De Película Clásico, Telehit y Telehit Música, se añadirán posteriormente al servicio en español para los suscriptores de Hulu + Live TV.

A principios de junio, Disney+ y ViX estarán disponibles como una oferta combinada en México, lo que permitirá a los usuarios de ViX acceder a Disney+ como parte de su suscripción.

«Nos entusiasma esta nueva alianza con Disney, que prioriza a nuestra comunidad. TelevisaUnivision es el principal productor de contenido en español del mundo, y este acuerdo subraya dos elementos cruciales: nuestro portafolio es un pilar fundamental para cualquier distribuidor de televisión de paga (sin TelevisaUnivision, no existe una oferta completa de televisión de paga); y nuestro negocio directo al consumidor continúa expandiendo sus horizontes a medida que ViX fortalece aún más su sólida conexión con los hispanos de todo el mundo», declaró Rafael Urbina, presidente de Streaming y Digital de TelevisaUnivision.

«Esta nueva alianza nos permite ampliar estratégicamente nuestra oferta actual de canales y el contenido en español disponible en Hulu + Live TV, a la vez que brindamos a los suscriptores en México una oportunidad única de acceder a lo mejor de las películas taquilleras de Disney, los galardonados originales y las franquicias icónicas, junto con el contenido en español líder en la industria de TelevisaUnivision, que incluye noticias, novelas, deportes y más, en una sola suscripción», afirmó Lauren Tempest, gerente general de Hulu y vicepresidenta ejecutiva de Alianzas de Contenido DTC.

VARIETY

May 21, 2025 9:00am PT

Disney, TelevisaUnivision Strike Carriage Pact For Hulu+Live TV, Mexico Streaming Bundle

By **Brian Steinberg**



TelevisaUnivision and Disney are getting closer in an era when more media companies are eager to strike new alliances to put their streaming offerings in front of bigger groups of consumers.

The Spanish-language giant will gain access to Disney's Hulu+Live TV service, which will feature U.S. networks including Univision, UniMás, TUDN and Galavisión on its core channel line-up starting June 3. .Additionally, TelevisaUnivision channels including N+FORO, tlNovelas, Bandamax, De Película, De Película Clásico, Telehit and Telehit Música will later be added to the Español add-on for Hulu+Live TV subscribers.

Also starting in early June, the companies will sell a bundle of the Spanish-language streamer ViX and Disney+ in Mexico.

"TelevisaUnivision is the top producer of Spanish-language content in the world, and this deal underscores two critically important elements: our portfolio is a main anchor for any pay TV distributor — without TelevisaUnivision, there is no complete pay-tv offering; and our direct-to-consumer business continues to break boundaries as ViX further strengthens its powerful connection to Hispanics around the world," said Rafael Urbina, president of streaming and digital at TelevisaUnivision, in a statement.

acceptance for their streaming services, now see by many CEOs as a key to growth at a time when usage of traditional linear TV is in decline. Disney and Warner Bros. Discovery in 2024, for example, launched a bundle that included Disney+, Hulu and Max. These agreements suggest that consumers will gravitate to larger streaming packages that bring them broader access to content at a reasonable price, rather than paying for multiple services on an a la carte basis. Such a model evokes, oddly enough, the arrangement consumers have with cable distributors.

“This new partnership allows us to strategically build upon our current channel offering and Spanish-language content available on Hulu + Live TV, while providing subscribers in Mexico with a meaningful opportunity to access” both Disney and TelevisaUnivision content in a single package, said Lauren Tempest, general manager of Hulu and executive vice president of direct-to-consumer content partnerships, in a statement.

The Hollywood Reporter

NEWS FILM TV MUSIC AWARDS LIFESTYLE BUSINESS INTERNATIONAL VIDEO CHARTS LISTS

THR, ESQ.

DIGITAL

Disney, TelevisaUnivision Ink Unique U.S.-Mexico Distribution Deal

The deal will see TelevisaUnivision's U.S. networks launch on the Hulu + Live TV core bundle, while ViX and Disney+ launch a streaming bundle in Mexico.

By **Alex Weprin** May 21, 2025 1:20pm



TelevisaUnivision's flagship streaming service ViX.

The Walt Disney Co. and TelevisaUnivision have forged a unique distribution deal, one that spans both the U.S. and Mexico.

In the U.S., the deal will see TelevisaUnivision's lineup of networks, including Univision, UniMás, TUDN and Galavisión, launch on the Hulu + Live TV multichannel video service, as part of its core offering. In Mexico, meanwhile, TelevisaUnivision's ViX streaming service will be offered in a bundle with Disney+.

"We're thrilled to enter into this new partnership with Disney that puts our community at the center," said Rafael Urbina, president of streaming and digital at TelevisaUnivision. "TelevisaUnivision is the top producer of Spanish-language content

in the world, and this deal underscores two critically important elements: our portfolio is a main anchor for any pay TV distributor — without TelevisaUnivision, there is no complete pay-tv offering; and our direct-to-consumer business continues to break boundaries as ViX further strengthens its powerful connection to Hispanics around the world."

"This new partnership allows us to strategically build upon our current channel offering and Spanish-language content available on Hulu + Live TV, while providing subscribers in Mexico with a meaningful opportunity to access the very best of Disney's blockbuster films, award-winning Originals and iconic franchises alongside TelevisaUnivision's industry-leading Spanish-language content including news, novelas, sports and more in one subscription," added Lauren Tempest, GM of Hulu & executive VP of DTC Content Partnerships.

Los usuarios de ViX en México podrán acceder al contenido de Disney+ como parte de su suscripción



'Ahsoka', de Disney+

Disney+ y ViX lanzarán en junio en México una nueva oferta conjunta que combinará ambas plataformas y que permitirá a los usuarios de ViX acceder también al contenido de Disney+ como parte de su suscripción.

El anuncio fue realizado este miércoles como parte de una alianza de distribución entre TelevisaUnivision y Disney que también incluye la adición de los canales Univision, UniMás, TUDN y Galavisión a la oferta principal de Hulu+Live TV desde el 3 de junio en Estados Unidos.

Con la llegada de estos canales, los suscriptores de Hulu+Live TV podrán acceder así a la cobertura del Mundial de Clubes de la FIFA y la Copa Oro de la Concacaf que ofrecerá TelevisaUnivision.

Además, se sumarán más adelante al paquete en español de la plataforma los canales N+FORO, tlNovelas, Bandamax, De Película, De Película Clásico, Telehit y Telehit Música.

“Nos entusiasma anunciar esta nueva alianza con Disney, que pone a nuestra comunidad en el centro. TelevisaUnivision es el mayor productor de contenido en español del mundo, y este acuerdo reafirma dos cosas: que nuestra oferta es esencial para cualquier servicio de TV paga y que nuestro negocio directo al consumidor no deja de crecer gracias a la conexión de ViX con los hispanos en todo el mundo”, dijo Rafael Urbina, presidente de streaming y digital de TelevisaUnivision.

“Esta asociación nos permite reforzar nuestra propuesta actual de canales y contenidos en español en Hulu+Live TV, y al mismo tiempo brindar a los suscriptores en México una oportunidad única de acceder a los grandes éxitos, originales premiados y franquicias icónicas de Disney junto al contenido líder de TelevisaUnivision en noticias, novelas, deportes y más, todo en una sola suscripción”, añadió Lauren Tempest, directora general de Hulu y vicepresidenta ejecutiva de asociaciones de contenido DTC en Disney.

Redacción Cveintiuno

21-05-2025

©cveintiuno

The Hollywood Reporter

NEWS FILM TV MUSIC AWARDS LIFESTYLE BUSINESS INTERNATIONAL VIDEO CHARTS LISTS

THR, ESQ.

BUSINESS NEWS

Disney Sues YouTube Over Poaching Exec Ahead of Licensing Renewal Deals

Disney filed a breach of contract lawsuit over Justin Connolly's defection.

By Winston Cho May 22, 2025 4:55pm



Justin Connolly

YouTube's hiring of longtime Disney executive Justin Connolly to serve in a newly-created role as global head of media and sports has sparked a lawsuit against the Google-owned company.

Disney, in a lawsuit filed on Wednesday in Los Angeles Superior Court, alleges breach of contract, tortious interference with contractual relations and unfair competition. It seeks a court order to block the hiring, arguing that Connolly could leak confidential information or trade secrets belonging to Disney ahead of a licensing renewal with YouTube.

Connolly and Disney last year entered into a deal in which he agreed to stay with the company until the end of 2027, according to the complaint. Under the terms, he was barred from engaging in dealings with competitors and had a one-time right to terminate the agreement for any reason as long as he provided written notice of his intent to exercise the provision.

The lawsuit accuses YouTube of inducing Connolly into breaching the employment agreement. Despite knowing of Connolly's exclusive deal with Disney, YouTube offered Connolly a job to spearhead its media and sports division.

Disney learned of YouTube's offer in April during a critical time in Connolly's 20 year plus long tenure in which the company was in the midst of several important product launches and renegotiations of some of its largest distribution deals, according to the lawsuit. Notably, Connolly leads the Disney team negotiating a license renewal with YouTube.

"Connolly has intimate knowledge of Disney's other distribution deals, the financial details concerning Disney's content being licensed to YouTube, and Disney's negotiation strategies, both in general and in particular with respect to YouTube," writes Kevin Gaut, a lawyer for Disney, in the complaint. "It would be extremely prejudicial to Disney for Connolly to breach the contract which he negotiated just a few months ago and switch teams when Disney is working on a new licensing deal with the company that is trying to poach him."

Last week, Connolly notified Disney of his resignation. When asked if he intended to work for YouTube, he allegedly didn't respond. His exit comes as the company rolls out its new ESPN streaming service.

Disney declined to comment, while YouTube didn't immediately respond to a request for comment.

ReasonWhy.

Por qué Max vuelve a ser HBO Max: un rebranding que sigue necesitando a la marca HBO

La plataforma de *streaming* ha recuperado la marca HBO para su nombre, y vuelve a denominarse HBO Max

La diferenciación y la percepción de valor es clave en un contexto saturado y de complejidad económica



Redacción 22/05/2025 · 11:23

HBO lanzó contenido bajo demanda a través de internet con HBO Go, que luego se denominó HBO Now, y en el apogeo del streaming se llamó HBO Max. Luego se convirtió en Max, y ahora vuelve a ser HBO Max. Los cambios realizados por la marca de Warner Bros. Discovery siguen generando confusión entre los consumidores, evidencian una estrategia inconsistente, pese a que la compañía haya querido hacer un juego comunicativo con ello, y demuestran, una vez más, el poder de la marca HBO.

Hace una semana Warner Bros. Discovery anunció que la plataforma de streaming Max volvería a denominarse HBO Max a partir de este verano. El movimiento, según apuntó la compañía en un comunicado, servirá para impulsar aún más el servicio y amplificará la singularidad y diferenciación que los suscriptores puedan esperar de la oferta.

HBO, otra vez

La compañía asegura que su negocio de streaming goza de un gran impulso, con 22 millones de suscriptores ganados en el último año, y la posibilidad de reunir 150 millones en total para finales de 2026. Apunta que este éxito se debe a una reorientación hacia una programación basada principalmente en la calidad del contenido, y no en el volumen, como sucede con sus rivales.

"Hoy en día ningún consumidor dice querer más contenido, pero la mayoría dice querer mejor contenido", explican desde Warner Bros. Discovery. "Mientras otros servicios satisfacen las necesidades más básicas con gran volumen, WBD se ha distinguido claramente por su calidad e historias únicas, y ninguna marca lo ha hecho mejor y de forma más consistente durante más de 50 años que HBO".

> La compañía explica que HBO Max representa mejor su propuesta actual al consumidor

La compañía apunta que HBO es la marca que representa la más alta calidad en universo mediático y el regreso servirá para seguir impulsando el crecimiento en los próximos años. Warner Bros. Discovery explica que HBO Max representa mucho mejor su propuesta actual al consumidor comunicando la promesa implícita de ofrecer contenido reconocido como único y por el que vale la pena pagar.

De esta postura tanto profesionales del marketing, como los propios consumidores, infieren que el rebranding inicial, el realizado en abril de 2023 de HBO a sólo Max, es un error estratégico que la compañía busca enmendar ahora con la recuperación de la marca HBO. En su momento, aquella transformación fue criticada puesto que consideraba que la compañía prescindía de décadas de legado, prestigio y posicionamiento asociado a HBO.

Aquella decisión fue tomada, en gran medida, para atraer a un público más amplio y familiar, y desvincularse de la percepción de contenido vanguardista y adulto que imperaba entre los consumidores. Además, según comentó la compañía en su momento, una parte de los espectadores no estaba interesada en HBO por su precio y por su asociación a una élite intelectual.

Humor y autorreferencia

La marca ha optado por el humor y la autorreferencia de cara a dar a conocer el cambio. Así, tanto en el día de lo anuncio, como los que han seguido después, ha publicado diversos memes que bromean, precisamente, con los múltiples cambios de denominación realizados durante los últimos años. Para ello ha recurrido a algunos de sus títulos más icónicos, como "Juego de Tronos", "Euforia", "Friends" o "The Las of Us".



El cambio generó conversación en redes sociales, a la que se han sumado tanto usuarios como marcas de la competencia.



El cambio ha reavivado la confusión en torno a las diferentes divisiones de la marca, que a su vez suponen un reflejo de un complejo entramado corporativo. En este sentido, muchos consumidores aún no distinguen entre HBO -el canal de televisión por cable-, HBO Max -el servicio de streaming-, y las anteriores marcas HBO Go y HBO Now.

Algo similar sucede con la empresa matriz, Warner Bros. Discovery, formada de la combinación de los negocios de la compañía de entretenimiento Discovery y WarnerMedia, propiedad del conglomerado de telecomunicación AT&T.



El regreso de HBO

Con todo, este último cambio trae consigo cosas positivas. Una de ellas, la alineación de la marca con los hábitos y la cotidianidad de los consumidores, muchos de los cuales no han terminado de adoptar el nombre Max y han continuado refiriéndose a la plataforma como HBO. Una situación similar a la que atraviesa X con Twitter, cuestión, por cierto, comentada también por la compañía.



La recuperación de la marca HBO supone el regreso a la percepción de valor y calidad, tras un periodo en el que la compañía ha tratado de emular a Netflix dirigiéndose a un público más generalista. La asociación a la iconicidad que rodea a HBO favorecerá la diferenciación mediante el posicionamiento en torno a unos atributos fácilmente reconocibles.

En un momento de incertidumbre económica, en el que el comportamiento de los consumidores está profundamente determinado por la búsqueda del ahorro, la transmisión de valor a través de la marca se convierte en una cuestión crítica para la supervivencia del negocio.

En el caso de HBO, una marca con más de cincuenta años de historia, la vinculación al prestigio atraerá a aquellos consumidores que busquen calidad de contenido por encima de la cantidad. En un contexto saturado de impactos, en el que incluso la enorme oferta del streaming puede abrumar a los espectadores, trasladar un buen equilibrio en el binomio calidad-precio resulta clave.

VARIETY

May 22, 2025 1:29pm PT

Lionsgate, After Starz Split, Sees Quarterly Revenue Jump 22% to $1.1 Billion and Movie Segment Profit Hitting Highest Level in 10 Years

By **Todd Spangler**



DEN OF THIEVES 2: PANTERA, from left: Gerard Butler, O'Shea Jackson Jr., 2024. © Lionsgate Films /Courtesy Everett Collection ©Lions Gate/Courtesy Everett Collection

Lionsgate's revenue for the first three months of 2025 rose 22% and its movie division profitability soared to its highest level in a decade helped by the box office performance of "Den of Thieves 2: Pantera" and "Flight Risk" in the period.

Lionsgate on May 7 officially completed the long-gestating split with Starz premium cable and streaming business, which is now a separately traded company. The quarterly earnings for the period ended March 31, which are the company's fourth quarter of fiscal 2025, excludes the results of the divested Starz operations.

For the most recent quarter, Lionsgate reported revenue of $1.1 billion (up 22%) and operating income of $94.2 million (up from $19.4 million in the year-earlier period). Net income attributable to shareholders was $21.9 million (or 10 cents per diluted earnings per share), compared with a loss of $54.2 million in the year-ago period.

“We are pleased to report a strong quarter despite a difficult operating environment,” Lionsgate CEO Jon Feltheimer said in prepared remarks. “The same strengths that drove the quarter – another outsized library performance, a diversified motion picture business model, fiscal discipline and the ability to deliver premium television programming to a changing mix of buyers – will continue to be the catalysts of our success as a standalone studio with the ability to create significant incremental value for our shareholders.”

Lionsgate’s Motion Picture segment revenue grew 28% to $526.4 million, while segment profit grew 65% to $135.3 million. Quarterly segment profit was the highest in 10 years, driven by the box office success of midbudget films “Den of Thieves 2: Pantera” (pictured above) and “Flight Risk,” as well as an increase in non-theatrical content deliveries, strong library demand and lower P&A spend.

Television Production segment revenue increased 16% to $543.3 million while segment profit decreased to $40.6 million. Revenue growth was driven by a “substantial increase” in episodic deliveries relative to last year’s strike-impacted March quarter, while the segment profit decline reflected a “difficult comparison” with a library sale of content in the March 2024 quarter. In the most recent quarter, the TV group landed several key series renewals including “Ghosts,” picked up for its fifth and sixth seasons at CBS; “The Rookie,” renewed for an eighth season on ABC; Sherri Shepherd’s “Sherri,” renewed for a fourth season in syndication; and “Yellowjackets,” which was picked up earlier this week for a fourth season by Showtime.

The company’s trailing 12-month library revenue was a record $956 million, up 8% year over year. In the March quarter, library revenue was a record $340 million driven by licensing sales of “The Rookie” to Disney+ and “The Chosen” to Amazon Prime Video.

Lionsgate’s Television Production segment includes the licensing of Starz original series productions to the Starz business, and the ancillary market distribution of Starz original productions and licensed product. Revenue related to the Starz business for the first three months of 2025 was $206.2 million, up 67% year over year.

At CinemaCon last month, Lionsgate touted a film slate that includes “The Hunger Games: Sunrise on the Reaping,” which will star Jesse Plemons, Ralph Fiennes, Kieran Culkin and Elle Fanning joining newcomers Joseph Zada and Whitney Peak. The film, based on Hunger Games author Suzanne Collins’ bestseller, is slated to open worldwide on Nov. 20, 2026. Francis Lawrence will direct the film, his fifth Hunger Games movie, as well as the adaptation of Stephen King’s “The Long Walk.”

It also announced that Keanu Reeves is returning for “John Wick 5” and that the action franchise is expanding with an animated prequel film and “Caine,” a standalone movie from director-star Donnie Yen. On June 6, 2025, the Ana de Armas-led “Ballerina,” set in the John Wick universe, is set to open in theaters.

Last week, Lionsgate announced that Mel Gibson has chosen Lionsgate to be his studio partner on “The Resurrection of the Christ,” his follow-up to “The Passion of the Christ.”

Google revoluciona la IA con el lanzamiento de Flow, capaz de crear videos con audio y estilo cinematográfico



Frame de un video creado con Flow

El gigante tecnológico Google sorprendió esta semana con el lanzamiento de Flow, una nueva herramienta de inteligencia artificial (IA) generativa capaz de crear videos con audio y estilo cinematográfico.

Flow, explicaron desde Google, está potenciada con Veo 3, el nuevo nivel de IA desarrollado por la compañía, que ya había lanzado previamente Veo 1 y Veo 2.

Como es de suponer, Veo 3 es el modelo más potente, capaz de generar video 4K con compresión cinematográfica avanzada y un hito que hasta ahora parecía imposible: la generación de video con audio.

"Hoy presentamos Flow, nuestra nueva herramienta de creación cinematográfica con IA. Fue creada por y para mentes creativas, y es la única herramienta de creación cinematográfica con IA diseñada a medida para los modelos más avanzados de Google: Veo, Imagen y Gemini. Flow puede ayudar a los guionistas a explorar sus ideas sin límites y a crear videos y escenas cinematográficas para sus historias. Apenas es el principio, pero nos emociona definir el futuro de Flow con creativos y cineastas", explicaron en el blog de la compañía.

Desde su lanzamiento esta semana, videos creados con Flow han inundado las redes sociales y han creado alarma entre usuarios, periodistas y profesionales del sector audiovisual al comprobar que estos son prácticamente indistinguibles de la realidad.

Flow está disponible para los suscriptores de los planes de Google AI Pro y Google AI Ultra en Estados Unidos, y pronto se lanzará en más países.

La llegada de Flow ocurre apenas cinco meses después del lanzamiento a finales del año pasado de Sora, el esperado generador de texto a video basado en inteligencia artificial que, a juzgar por los primeros videos publicados con la nueva herramienta de Google, ya parece haber quedado obsoleta.

Redacción Cveintiuno

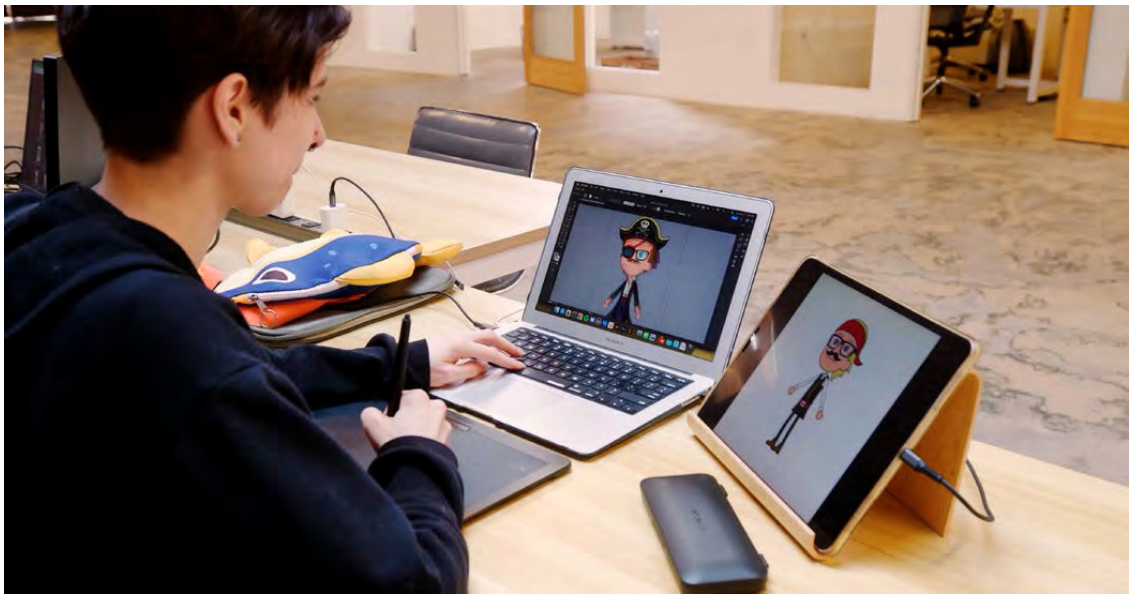
22-05-202

5©cveintiuno

The New York Times

What if Making Cartoons Becomes 90% Cheaper?

A.I. has yet to upend Hollywood. But it is starting to make big inroads in animation.



The founders of Toonstar, a small animation studio in downtown Los Angeles, have incorporated A.I. at various points of production.

By **Brooks Barnes** May 21, 2025

“Fear not! For I shall lead ye to riches beyond your wildest dreams!”

Inside a tiny recording booth in downtown Los Angeles, John Peck waited for a verdict from the voice-over engineer: Did the line sound pirate-y enough?

Try again, the engineer suggested, perhaps with more throaty emphasis on “wildest.” It might make the animated character Mr. Peck was voicing — a buccaneer with a peg leg — a tiny bit funnier.

Mr. Peck, 33, cleared his throat and gave it a whirl, prompting chuckles from the production team. A couple of clicks on a laptop later, and an artificial intelligence tool synced Mr. Peck’s voice with a cartoon pirate’s mouth movements. The character was destined for an episode of “StEvEn & Parker,” a YouTube series about rapscallion brothers that attracts 30 million unique viewers weekly.

Just a few years ago, lip-syncing a minute of animation could take up to four hours. An animator would listen to an audio track and laboriously adjust character mouths frame by frame. But Mr. Peck's one-minute scene took 15 minutes for the A.I. tool to sync, including time spent by an artist to refine a few spots by hand.

Toonstar, the start-up behind "StEvEn & Parker," uses A.I. throughout the production process — from honing story lines to generating imagery to dubbing dialogue for overseas audiences. "By leaning into the technology, we can make full episodes 80 percent faster and 90 percent cheaper than industry norms," said John Attanasio, a Toonstar founder.

"This is how you build the next generation of hot intellectual property," Mr. Attanasio added excitedly.



John Peck's one-minute pirate scene took 15 minutes for Toonstar's A.I. tool to sync audio to the cartoon. A few years ago the same work could take up to four hours.

A.I. entrepreneurs love to pontificate about how A.I. is going to transform — transform! — the process of developing and producing movies and television shows. In the ears of Hollywood traditionalists, A.I. enthusiasts can morph into cartoon pirates arriving to plunder. Those irksome writers, visual effects specialists and sound editors who slow everything down and make everything so expensive with their precious creativity? Bots can replace most of them.

So far, though, not much has changed. The biggest studios continue to run in much the same way that they did before OpenAI and other artificial intelligence technology burst onto the scene. Human brains are still much better at creating art than virtual ones. Disney, Universal, Warner Bros. and the like are also trying to sort through major concerns about how generative A.I. software is built, how copyright holders are compensated and how unions might react.

But one thing has become clear: No part of the entertainment business has more to lose — and gain — from A.I. than animation.

The $420 billion global animation industry (movies, television cartoons, games, anime) has long been dominated by computer-generated imagery; Walt Disney Animation hasn't released a hand-drawn film since 2011. In other words, unlike much of Hollywood, animation companies are not technophobic.

Even with computers, however, the process of making an animated movie (or even a cartoon) remains extraordinarily expensive, requiring squadrons of artists, animators, graphic designers, 3-D modelers and other craftspeople. Studios have a big incentive to find a more efficient way, and A.I can already do many of those things far faster, with far fewer people.

Jeffrey Katzenberg, a former chairman of Walt Disney Studios and a co-founder of DreamWorks Animation, has predicted that by next year, it will take only about 50 people to make a major animated movie, down from 500 a decade ago. If he were founding DreamWorks today, Mr. Katzenberg said of A.I. on a recent episode of the podcast "The Speed of Culture," he would be "jumping into it hook, line and sinker."

This is exactly what Toonstar has done — and the A.I.-assisted production process it has adopted offers a glimpse of where the giants might be headed.

What would the Jetsons do?



Luisa Huang and John Attanasio at Toonstar's office in downtown Los Angeles.

Mr. Attanasio, 53, and Toonstar's other founder, Luisa Huang, 46, started their careers at analog studios. He joined DreamWorks Animation's marketing team in 2001, the year "Shrek" became a sensation. She got hired in Disney's strategic planning department around the same time. They later worked at Warner Bros.

Put bluntly, they're not carpetbaggers.

But they are defectors. "Hollywood avoids change to the point of paralysis," Mr. Attanasio said. "We couldn't take it anymore."

Ms. Huang and Mr. Attanasio, both M.B.A.s, left Warner Bros. in early 2015. "It was the year after Saturday morning cartoons ended — the last broadcast network airing them gave up because kids had started to live on YouTube," Ms. Huang said. "And we were like, 'Wait, what's happening to cartoons? They're just going to die?'"

That question led to another one: What would Hanna-Barbera, one of the animation greats, look like today?

Starting in the late 1950s, William Hanna and Joseph Barbera built a cartoon studio by changing the animation process to fit the transformational technology of the time: broadcast television. Small screens needed more content than big ones — a string of episodes to fill a weekly time slot. And budgets for early television shows were tiny; the economics of the medium were being worked out on the fly.

"TV needed a much faster production schedule at a fraction of the cost," Ms. Huang said.

Hanna-Barbera figured out how to make do with more rudimentary animation, cutting in half the number of original frames per second. The company also reused art from episode to episode, reducing the number of new drawings needed for a segment to around 2,000 from 14,000.

Perhaps surprisingly, it resulted in a golden age of animation. Hanna-Barbera hits included "The Flintstones" (1960), "The Jetsons" (1962), "Scooby-Doo" (1969), "Super Friends" (1973) and "The Smurfs" (1981), all of which continue to make money through reruns and merchandising.

Toonstar, founded in 2015 in a warehouse in downtown Los Angeles, would try to rethink animated content and production for the YouTube age.

"Hollywood mostly sat on its hands while distribution got upended through streaming," Mr. Attanasio said. "We didn't want to watch the same thing get repeated with emerging content creation technology."

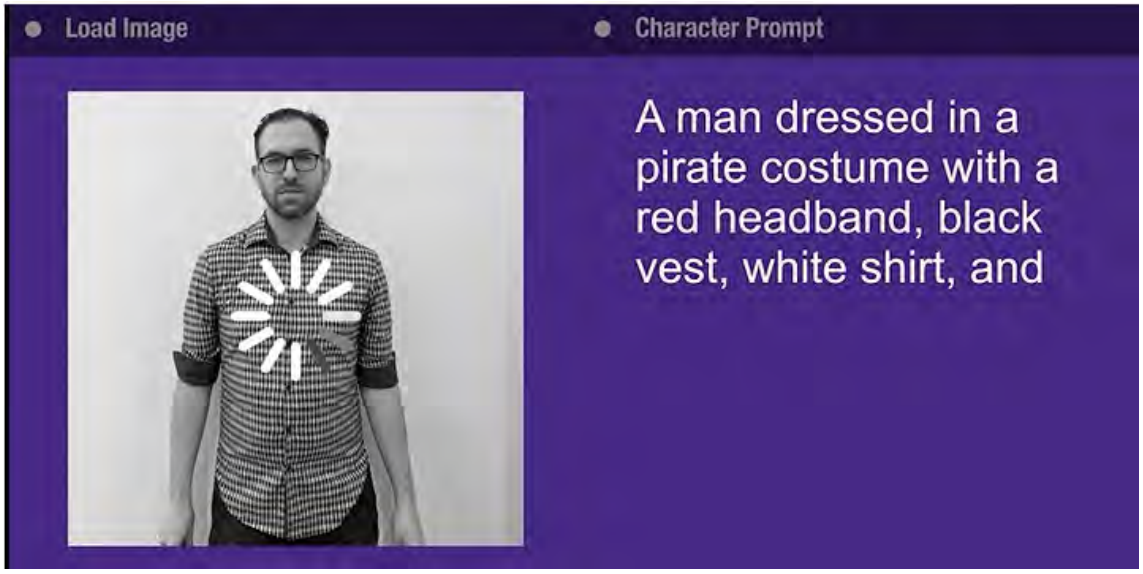
'Die A.I. Scum.'

Ms. Huang and Mr. Attanasio made shorts for the messaging app Snapchat, which became a Toonstar investor. There was a detour into blockchain-powered content. They dabbled in creating virtual influencers on Musical.ly, an app for lip-sync videos that later morphed into TikTok, and raised $5 million from venture firms like Greycroft.

By 2021, they had built an animation assembly line that was fast enough to make content for a social media audience. But one major choke point remained: Toonstar artists were having to scramble to create all of the necessary drawings. Put simply, A.I. still hadn't advanced far enough to do the heavy lifting of image creation.

A more powerful breed of A.I. that could generate text and images in response to short prompts — generative A.I. — arrived in 2022. OpenAI, for instance, rolled out ChatGPT and DALL-E, which let people generate photorealistic images simply by describing what they wanted to see.

Toonstar used open source A.I. infrastructure to build its own image generator. Mr. Attanasio and Ms. Huang named it Ink & Pixel, a riff on a Disney department where a battalion of inkers and painters prepared cels, transparent sheets on which images were drawn or painted and then photographed.



Toonstar used an open source A.I. model to build its own image generator named Ink & Pixel.

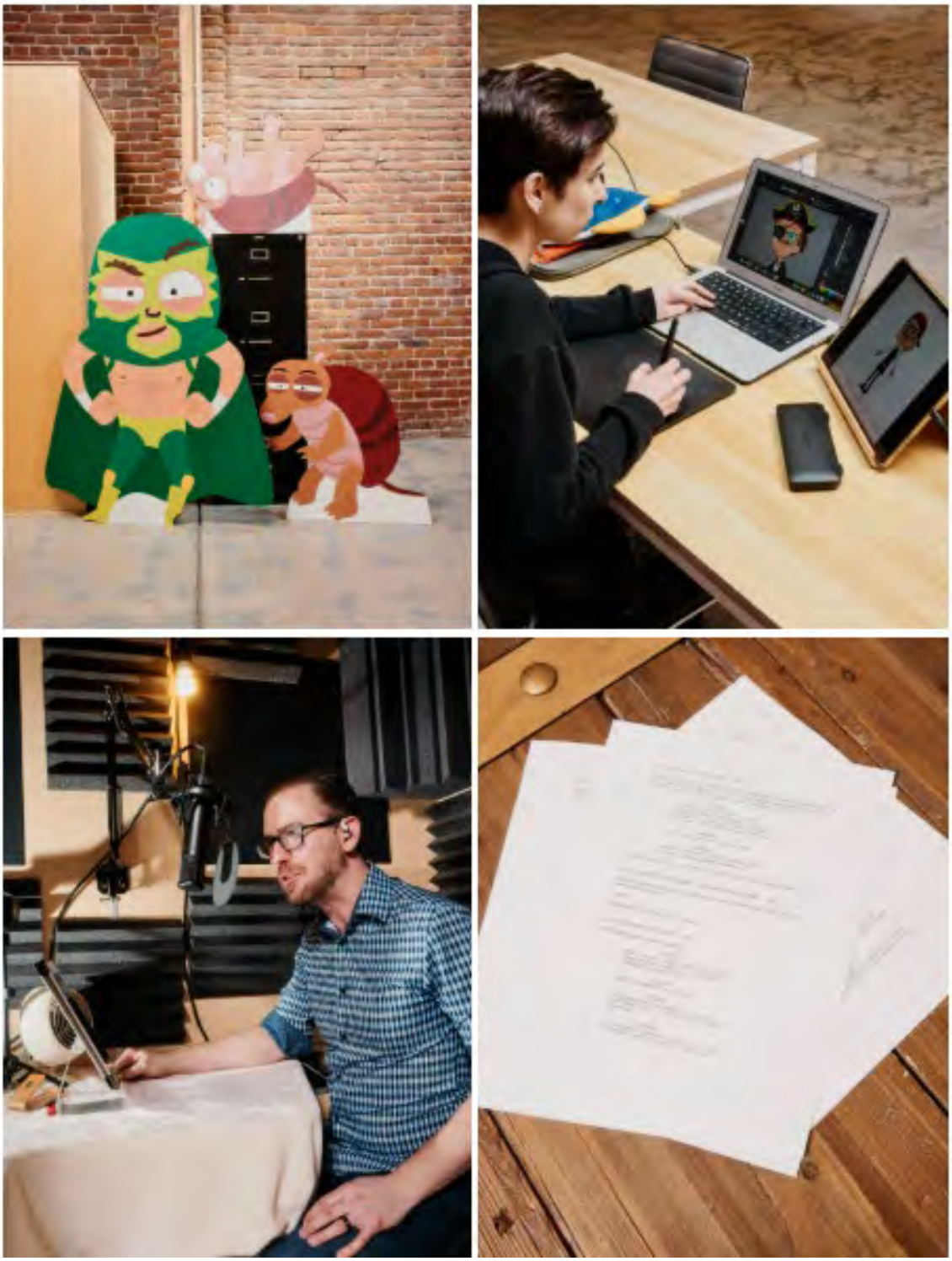
"I get emotional because it was like, 'Wow, it really works,'" Mr. Attanasio said when asked to recall his reaction when Ink & Pixel began to come together.

Just then, however, a virulent backlash against generative A.I. swept through Hollywood. Creative workers viewed the technology as a threat to their very existence. More than 170,000 actors and writers spent much of 2023 on strike, in part to demand A.I. protections from studios.

Another reason they instantly abhorred the technology: OpenAI and other tech companies train their software with data scraped from the internet, often without compensating creators. (The practice has resulted in lawsuits from authors and news companies, among others. The New York Times has sued OpenAI and its partner, Microsoft, for copyright infringement. OpenAI and Microsoft have denied those claims, saying their actions fall under "fair use.")

Mr. Attanasio publicly pushed back at the time. Stop worrying so much about A.I. taking jobs away, he wrote in a Hollywood trade publication, and embrace the ways the technology could "propel moviemaking forward." If costs are lower, he said, studios will start taking creative risks again.

"Die A.I. Scum," one commenter replied.



Toonstar, the start-up behind "StEvEn & Parker," uses A.I. throughout the production process — from honing story lines to rendering images to dubbing for overseas audiences.

Getting 70 percent there.

Toonstar relies on what is known as a “copyright clean” generative A.I. engine, which means Ink & Pixel has been trained exclusively on commissioned artwork rather than on data from the open internet and elsewhere. To put it another way, Ink & Pixel allows an infinite number of “StEvEn & Parker” images to be generated from a few hundred originals.

“It has to be artists leading the technology instead of the other way around,” Ms. Huang said. Toonstar’s watchword is H.I.T.L., she added: Humans in the Loop.

The production cycle for a “StEvEn & Parker” episode typically starts with a video call on Thursday. Parker James, a 24-year-old TikTok star and musician who created the series with Toonstar, joins from his home in Texas. A writer and Toonstar’s head of production (who also writes scripts) also attend. Together, they flesh out an episode of several minutes in length that will get uploaded to YouTube by the end of the following week.

“Sometimes my ideas aren’t fully formed,” Mr. James said. “Toonstar really sits and takes the time to develop something that everyone’s happy with.”

Scripts are never generated in whole or part with A.I., according to Toonstar. But the company does use an A.I. analytics tool called Spot to inform stories. Spot combs the viewer data from previous episodes to see what worked and what didn’t: What snippets did people rewatch? If they left before the end, what was happening in the story at the time?

It turns out, according to Spot, that “StEvEn & Parker” viewers are meh on Murphy, the family dog. “That surprised us because who doesn’t like a cute dog?” Ms. Huang said.

Scripts are written on Friday. (The one for the three-minute-and-30-second pirate episode took two hours to hammer out.) By Monday, A.I.-assisted preproduction begins. Toonstar computers analyze the script to see what cartoon images will need to be created — what doesn’t already exist in the Ink & Pixel system from past episodes. (A pirate, for example.)

A “generative concept artist” then uses Ink & Pixel to produce the needed images. To create the pirate, prompts like “red headband,” “brown boots” and “scruffy beard” were typed into the system. Instantly, the A.I. engine kicked out several options, each in the art style of “StEvEn & Parker” and, crucially, with the correct proportions in relation to existing characters.

A designer selects one option and tweaks it by hand. To make the pirate more comical, he was given a peg leg, for example. It took about 20 minutes.

“This part is very subjective, which is why artists and designers matter,” Ms. Huang said. “Our goal is for A.I. to get it 70 percent there.”

Holly DiFilippis, Toonstar’s lead designer, likened A.I.-generated characters to “mannequins in costumes.”

“A.I. just gives you the base,” Ms. DiFilippis, 26, said. “It’s our job as artists to add a personality — a visual personality — by adding elements. Maybe this pirate is going to be a little bit evil, or maybe he’s going to be a little wacky and funny. Those are my decisions as an artist. A robot didn’t do that.”

Next, an animator uses proprietary software to build out scenes. Dialogue, recorded starting when scripts are finalized (though sometimes even earlier), is automatically synced to character lips using an A.I. tool. An A.I. program is also used to add sound effects, like a skateboard skidding down a curb.

“Traditionally, that person would have to go into a sound library and hunt and peck,” Ms. Huang said. Toonstar also uses A.I. wizardry from a start-up called ElevenLabs to instantly dub character voices into Spanish, Portuguese and Japanese to distribute in other countries via YouTube.

By Thursday, the process starts again.

Riches beyond their wildest dreams?

By no means is Toonstar the fanciest A.I. start-up in Hollywood. It’s dwarfed by Runway, which raised $300 million to expand its A.I. studio and recently released a six-minute pilot for a potential animated series for adults. Asteria, founded in the fall, has already likened itself to “the Pixar of A.I.” An early Asteria release, “The Odd Birds Show,” arrived online in April; episodes run between 30 and 60 seconds.

Others include Promise, an A.I. studio affiliated with Peter Chernin, a former 20th Century Fox chairman; and Invisible Universe, which bills itself as “the Pixar of the internet” (notice a trend?) and counts Serena Williams as an investor. In Britain, AiMation Studios made an 87-minute film, “Where the Robots Grow,” entirely with A.I. tools, to showcase its abilities and attract talent.

In its scrappy way, however, Toonstar has already delivered “a blueprint for success,” as Mr. Attanasio put it.

“StEvEn & Parker” content — whether shorts, new episodes or compilations of older snippets — has now been arriving steadily for more than two years. The series has racked up 7.5 billion lifetime views, according to Toonstar. Mr. Attanasio declined to provide detailed financial information on the series, except to say that Toonstar is profitable, Mr. Attanasio said.

Toonstar and Mr. James are now working to build a bigger business around the cartoon. They have a deal with Random House for multiple graphic novels based on the characters. There has also been interest from streaming services about turning “StEvEn & Parker” into a traditional cartoon series, Mr. Attanasio said. (It’s not unfathomable. “CoComelon,” an animated preschool show that started on YouTube, was Netflix’s most-viewed series last year. “CoComelon” isn’t made with generative A.I.)



Toonstar animators take the A.I. generated images and make scenes. Dialogue is automatically synced to character lips using A.I. software from a start-up called ElevenLabs.

In the fall, Toonstar plans to unveil a slate of new animated shows, each made in partnership with an established YouTube or TikTok creator.

“Because animation has historically been very expensive and taken a long time to do, a lot of talent has been kept out — particularly young talent,” Mr. Attanasio said. “We don’t think animation should be a private club.

“And with A.I.,” he continued, “It’s not going to be.”

Brooks Barnes covers all things Hollywood. He joined The Times in 2007 and previously worked at The Wall Street Journal.

PUCK

Hollywood's Report Card, According to High School Kids, Pt. 2

A reprisal of my conversation with a group of teen movie watchers about what they like, the stars they watch, and the franchises that move the needle.



Heading into summer, horror flicks like 'I Know What You Did Last Summer' are on the teenage radar. *Photo: Brook Rushton/Sony Pictures*

Matthew Belloni May 23, 2025

If you remember, last summer I got a group of high school students together to **re-create** one of my favorite media stunts from the early 2000s: the "summer movie posse." That's what *L.A. Times* columnist **Patrick Goldstein** used to call his annual focus group. In those days, he'd show the season's big movie trailers to a group of L.A.-area teens—I forget how he found them; I *really* hope it wasn't in AOL chat rooms—and then use their feedback as an informal barometer of how the studios were appealing to that fickle demo.

As a young reader, I always found the kids' opinions on point. Emerging stars like **Will Ferrell** and **Matt Damon** meant way more to me than established players, like **Robin Williams** or **Denzel Washington**. And the studios always seemed a bit out of touch in their marketing to the under-25 quadrant. This survey, however informal and unscientific, publicly exposed that gap.

Maybe because I'm old now, or maybe because movie marketing is remarkably different in the digital age, I was a bit surprised by the results when I conducted my own summer posse last year. These days, the older stars still resonate most with young people—**Robert Downey Jr.**, **Leonardo DiCaprio**, **Tom Cruise**. And even as study after study tells us that kids care less and less about movies—and particularly movies in theaters—these high schoolers all said they love going to the cineplex, visit them at least once a month and usually more, and consider movies in theaters special and better than what they watch at home. Yes, they all live on the Westside of L.A., and many are at least tangentially related to people in the business, but still…

Of course, today's kids are also far savvier about those movies, and about being marketed to. There's no need for me to show them trailers because they've already seen most of them, either in theaters or, more likely, on their TikTok, Snap, or other social feeds. But I learned a lot from last year's group sit-down, so heading into what is likely gonna be a record Memorial Day weekend at the box office, I figured I'd order some Domino's and revisit the same group—well, almost the same, a few kids couldn't make it and were replaced—and update my questions to reflect the big narratives of this summer, as well as some of the movie stars that matter (and don't matter) to them. So let's go to **Amelie**, 15; **Carter**, 16; **Eden**, 16; **Elise**, 16; **Sloane**, 16; and **Wyatt**, 16. I edited our conversation for length and clarity.

The Marvel Question

***Matt*: Heading into summer, what are you guys particularly excited about?**

Elise: *I Know What You Did Last Summer*. It was the first horror movie I ever watched with my mom, and I'm really excited for the revival.

Does Jennifer Love Hewitt mean anything to you?

Elise: Not really. But the new stars are **Madelyn Cline** [from Netflix's *Outer Banks*] and **Lola Tung** [from Prime Video's *The Summer I Turned Pretty*], and all of them mean something to me.

So you're most into the horror stuff this summer? We just had *Final Destination: Bloodlines*, there's the zombie sequel *28 Years Later*, another *Conjuring* over Labor Day. *Megan 2*. More…

Carter: I'll watch them.

Wyatt: *28 Years Later*. I've seen the originals. They were pretty cool.

***Mission: Impossible* is this weekend. Is Tom Cruise in this role a meaningful draw to see it in the theater?**

Carter: Yeah. I watched *Dead Reckoning Part One* and I left pretty excited to see *Part Two.*

Wyatt: I loved the sixth one, *Fallout*. That was like one of my favorite movies. It's so great.

The ladies are shaking their heads.

Eden: A big name, but he's not that influential.

Sloane: He's just kind of reheating nachos. (*Laughter.*) He's just taking his old stuff and remaking it to do another *Mission: Impossible.* I know *Top Gun* did really well, but like, "Let's make another *Top Gun*." And yes, he's been in other stuff, but that's pretty much all he's known for now.

How do you discover trailers typically?

Carter: At the theater.

Amelie: TikTok.

Sloane: I feel like the main movie content on TikTok is edits of movies that are already out, or no longer in theaters, so it only influences you to see stuff that's already been out for a while.

Amelie: I only see trailers for [upcoming movies] online. Like streaming [sites] where I don't have premium subscriptions, so I can't skip the ads. I keep seeing the *How to Train Your Dragon* videos on my For You page, like every 10 videos.

Does that make you more or less likely to see that movie?

Amelie: Honestly, more likely, because it just gets imprinted in my head. I can tell it's marketing but I don't really care.

Where are we with Marvel these days?

Carter: I don't think I've seen a Marvel movie in theaters since like, the second *Doctor Strange*.

Wyatt: I would see *Thunderbolts*. That's the first Marvel movie that I've been interested in.

Elise: I still see them all. I saw *Thunderbolts* the day it came out with my dad. We're gonna see *Fantastic Four*. It's *more* cool [than last year]. It's picking up steam. We're headed toward an *Avengers* movie with **Robert Downey Jr.** coming back. And all the characters coming back together. They're trying to do quality over quantity now, and I think we're headed in the right direction.

That's interesting. "Quality over quantity" is the Disney messaging, and it sounds like that messaging has reached you.

Elise: Yeah. Well, they're putting out fewer TV shows, which I think is a good idea.

Eden: I don't watch a lot of Marvel, but I agree it's better that they're making [fewer] higher-quality things.

Sloane: If you don't watch the most recent movie or two that came out, you feel like you're behind, and you have to watch those before you see the new one in theaters.

Amelie: I just saw *Thunderbolts* and I had no clue what was happening at all. What's the **Julia Dreyfus** character? Who's the guy from *The Avengers* who was helping the Thunderbolts? I didn't get why that was important because I didn't watch any of the recent movies.

Sloane: That's how I feel about *Star Wars*. They're weird and out of order or something. It's hard to get into the realm.

Elise: I was most excited for *Thunderbolts*, but that's just because I really like **Florence Pugh**'s character. But I'm more excited for *Fantastic Four* than I was for the new *Captain America* that came out in February.

Same question with DC movies. How are we feeling? You're all shaking your heads.

Wyatt: I've never had any motivation to watch any DC. The **Christopher Nolan** [*Batman* movies] were like the peak of it for me. Then nothing else.

Carter: I liked *Joker 2*. (*Laughter.*) Like the whole thing with the music, everyone said that made it bad. But it showed what Arthur Fleck was feeling in that moment.

How about the *Superman* movie? DC has a lot riding on that, and people in Hollywood are curious whether young people will care about this character.

Wyatt: I went to the theater to see the *Minecraft* movie and the *Superman* trailer was like seven minutes long. Too long, it didn't work.

Eden: I was fully interested in the trailer. It looked really good to me. And I think that it's good that they're making one high-quality movie a year instead of pumping out a bunch of stuff like what Marvel does.

Elise: But what happened to that *Flash* movie that incorporated everyone in DC? It just flopped so bad that they were like, "We're scrapping it all"?

Basically. So, are you guys more or less interested in DC now than you were a year ago?

Wyatt: Indifferent. The *Superman* movie, I guess it makes it a little bit more interesting. But not interesting enough for me to probably go watch it.

Various: Yeah/Yes.

Live Action vs. Animation

This summer there are a couple of live-action remakes of animated films, *Lilo & Stitch* and *How to Train Your Dragon*. How do you feel about that genre?

Carter: I think it's lazy.

Eden: It's a cash grab. But what I will say about *Lilo & Stitch* is that Stitch is CGI, and I think *that's* interesting. But they're not coming up with anything new.

Sloane: I agree. I feel like the animated versions are something I watched when I was younger, and I've kind of grown out of that. Not that I don't go back and watch them, but it just feels like I [should be watching] higher-quality movies.

Wyatt: It feels kinda unnecessary, like something that at most I would watch at my house but never in theaters. Like with *Snow White*. I had no desire to watch that at all. But maybe if it was on in my house, I'd watch it there.

They're doing a live-action *Moana*.

Eden: That's just stupid. They just came out with the second [animated] one. Which I also heard was awful.

Have the reasons you want to go to movies in theaters changed at all?

Wyatt: Action. Like an Imax sequence.

Eden: Also horror. Me and Elise watch a lot of horror together, and when we watch it at one of our houses, it's like, "Oh, it's cool, like whatever." But in the theater it's so much more interesting and captivating.*Sloane*: I love 3D.

Elise: If there's hype around a movie, you're more likely to see it in theaters because you don't want it spoiled, or you want the vibe of a theater. Like the *Minecraft* movie. Everyone wanted to see it in the theater because there was such hype and an atmosphere in the theaters. I don't think there's been something like that since the last *Spider-Man* movie. When everyone was suspecting that **Tobey Maguire** and **Andrew Garfield** would come back, they all went to theaters because they wanted to see that in person.

What is your impression of Pixar right now? They've got a movie this summer called *Elio*.

Amelie: It looks good.

Eden: I like that they're not being lazy and like, doing [sequels]…

Well, they did an *Inside Out* sequel last summer. They're doing another *Toy Story*.

Eden: But [*Inside Out 2*] was pretty good. And they didn't do it immediately after the first one…

Amelie: Yeah, *Inside Out 2* is really good because the character grew up with its audience, whereas the live-action [remakes] are the same content. It's not appealing in a new and different way. They're just nostalgic.

The New Star Stock Market

There was just a study published on the stars that are meaningful for Gen Z audiences to get them to go to theaters. Can you guess who Gen Z named as the number one star?

All at once: **Pedro Pascal**. **Zendaya**. **Timothée Chalamet**. **Tom Holland**.

None of these people.

All at once: **Glen Powell**. **Austin Butler**. **Sydney Sweeney**. **Leonardo DiCaprio**. **Tom Cruise**. **Ben Affleck**.

It's The Rock.

(*Laughter*.)

Elise: That list isn't accurate.

Wyatt: I don't think I've seen a movie with The Rock in it in over a year.

Eden: The last movie I saw with The Rock in it was *Jumanji*.

Only a few stars under 40 were in the top 25 for Gen Z. Number seven, the top-rated star under 40, was Zendaya.

Amelie/Sloane/Elise/Eden: Love her. Yes. She's great.

Carter: I've only seen her in *Spider-Man*.

Sloane: And *The Greatest Showman*.

At number 13, Tom Holland.

Elise: I feel like he's just attached to Zendaya. He's only Spider-Man and then what else meaningful?

Carter: *Uncharted*.

Elise: *Uncharted* was *terrible!*

Eden: I don't really remember anything else besides the lip sync battle where he cross-dressed.

Number 17 is Chalamet.

Carter: He was really good in *A Complete Unknown*.

Wyatt: He was great in *Dune* and stuff like that. He's a good actor. He's cool.

Amelie: I think he should be higher on the list. Someone lied. I'm a fan.

Then number 18 is Margot Robbie.

Eden: That makes sense.

Elise: I don't think she has the appeal among women to draw them to the theater. It's not that they don't like her, I just think she's not like Zendaya or like Timothée Chalamet, where you'll watch a movie just because she's in it.

Amelie: But what about *Barbie*? *Barbie* wouldn't be the same without her.

Elise: No, but you're watching *Barbie* because it's *Barbie*. You're not watching it for **Margot Robbie**. I feel like the majority of Gen Z people watching *A Complete Unknown* are not going because it's Bob Dylan, they're going because Timothée Chalamet is playing Bob Dylan.

Carter: I went because of Bob Dylan. (*Laughter*.)

Streaming, More or Less

What do you think about the movies you see on Netflix versus those you see in theaters?

Amelie: The acting is just not that good. It's like, how did they make this? What was it? *You Are So Not Invited to My Bat Mitzvah*? How is this a movie?

Eden: I just think that most of them are bad quality and the acting is bad. Netflix original TV is good sometimes.

Wyatt: I think Prime [Video] TV is really good. *Fallout* and *The Boys*.

Eden: Hulu TV is great.

Sloane: I just think more thought goes into the TV shows.

Wyatt: Yeah, like all the most recent stuff. Like *Severance* and *The Last of Us*.

Do you have any feelings toward the *F1* movie?

Carter: I will watch it because **Brad Pitt** is in it. I really like Brad Pitt.

Wyatt: I just think it looks like a cool movie.

*Eden***:** I have a lot of female friends that are into F1, but I am not one of them.

How about *Ballerina?* That's the *John Wick* spinoff with Ana de Armas. It's coming out in like two weeks.

All at once: What is that? Never heard of it. What?

You guys say you don't really watch YouTube, which is surprising, given the viewership numbers in your demo. What are you watching on streaming?

*Carter***:** I'm watching *Conan O'Brien Must Go* on Max.

Wyatt: Oh yeah. That's really funny.

Carter: I *love* **Conan O'Brien**.

Conan's 62 years old.

Carter: Yeah. But I'm so happy he hosted the Oscars this year and he's going to do it next year too.

Do you find yourselves watching more or fewer movies now than you did a couple years ago?

Elise: More movies.

Carter: Yeah, probably more.

Elise: I just feel like there's a lot more accessibility to good movies and there's a lot more stuff. I think also a couple years ago was like, coming out of Covid, everyone was still a little bit scared. Like, now people are unfazed. They're more willing to go into more public places. And also, studios are trying a lot harder to get you to go to their movies and theaters. A lot harder.

PAÍS: España
PÁGINAS: 16
AVE: 6780 €
ÁREA: 397 CM² - 60%
FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 52992
OTS: 361000
SECCIÓN: ESPECIAL
23 Mayo, 2025



'El camino estrecho' es un ejemplar drama bélico que pone a prueba los límites del espectador en su retrato de un campo de prisioneros japonés

La anticipación del horror



SONY PICTURES TELEVISION

Dorrigo tiene un estatus privilegiado pero también la condena de ver morir a sus compañeros

PERE SOLÀ GIMFERRER

Esta no es una propuesta para todos los públicos. No solo es una cuestión de gustos. La australiana *El camino estrecho* es una serie bélica, íntima en el tratamiento de los conflictos de los personajes. Disecciona la crueldad de la guerra hasta poner a prueba los límites del espectador, sobre todo de aquellos que puedan pensar que están ante un melodrama convencional. No quiere decir que sea una obra gratuita. Es más bien poética. Pero, en las escenas en las que otros directores apartarían la cámara o acelerarían la acción, Justin Kurzel, el cineasta del *Macbeth* de Marion Cotillard y Michael Fassbender, deja respirar la anticipación de la violencia para denunciar el horror.

La historia se cuenta desde tres puntos temporales: antes, durante y después de la guerra. Dorrigo Evans (Jacob Elordi), antes de ir a combatir las fuerzas japonesas, se promete con Ella (Olivia DeJonge), al dejarse llevar por el romanticismo de los jóvenes del momento. Se necesita una mujer a la que volver. Pero, en una visita a su tío, empieza a sentirse atraído por Amy (Odessa Young), quien técnicamente es su nueva tía, ante la inminencia de su partida.

Durante la Segunda Guerra Mundial, el mismo Dorrigo se enfrenta a la realidad de ejercer de médico, su profesión, en un campo de prisioneros japonés. Tiene un estatus privilegiado respecto a sus compañeros, que construyen el ferrocarril de Birmania en taparrabos: tiene mejor alimentación y es tratado con respeto por el médico enemigo, que disfruta de conversar con él. Pero también tiene el castigo de tener que tratar a sus compañeros sin medicamentos y en unas condiciones insalubres: tiene que despedirlos uno a uno a pesar de sus esfuerzos y del respeto que le profesan.

Décadas más tarde, todavía casado con Ella y considerado un cirujano de referencia, Dorrigo (aquí interpretado por Ciarán Hinds) se enciende al hablar con una periodista sobre la guerra. Él sostiene que los japoneses con los que convivió no eran personas sino "monstruos" y ella le recuerda que esa misma potencia que reduce a sus peores instintos sufrió los ataques de Hiroshima y Nagasaki, uno de los máximos exponentes de deshumanización de la civilización contemporánea. En paralelo, tiene otra aventura, esta vez con Lynette (Essie Davis), la mujer de su socio.

Con Shaun Grant (*Mindhunter*) como guionista, que adapta la novela de Richard Flanagan, *El camino estrecho* es una demostración de ficción adulta, sin concesiones, que intenta comprimir la complejidad de la esencia humana en cinco episodios. La trama romántica, la bélica y la crepuscular, en lo conceptual, reciben el mismo tratamiento: están impregnadas por una tensa calma, como si Dorrigo viviera durante toda su vida en un purgatorio por culpa de la guerra (por la inminencia, la vivencia y las secuelas).

Más allá de la dureza y el desarrollo de algunas imágenes del campo de trabajo (que incluyen desde una amputación a una decapitación), lo loable es llegar al final y entender con qué precisión transmite su tesis. Va sobre el horror pero también sobre cómo la humanidad, como cucarachas en el apocalipsis, también encuentra la forma de sobrevivir.●

Dos hombres, un papel



Jacob Elordi, tras *Euphoria* y *Saltburn*, confirma su talento con otra interpretación contenida como Dorrigo Evans; de adulto, el médico protagonista es Ciarán Hinds, de *Juego de tronos* y *Belfast*.

■ El camino estrecho

Movistar Plus+
Miniserie el 28 de mayo
Género: Bélica
Duración: 5 episodios



Weiss & Morales
La 1 y RTVE Play
Temporada 1 el 23 de mayo
Cuando un alemán muere en Gran Canaria, el sargento Morales debe colaborar con la agente Weiss. Miguel Ángel Silvestre y Katia Fallin protagonizan esta coproducción participada, entre otros, por RTVE y ZDF, la televisión pública alemana.



Big Mouth
Netflix
Temporada 8 el 23 de mayo
El intento más fructífero de Netflix de tener una comedia de animación adulta llega a su fin. Siempre ha sido una propuesta tan alocada como inteligente sobre la adolescencia a partir de las dudas de un grupo de jóvenes y sus monstruos hormonales.



The better sister
Prime Video
Miniserie el 29 de mayo
Jessica Biel se ha especializado en thrillers televisivos: protagonizó la primera temporada de *The Sinner*, hizo de asesina real en *Candy* y ahora cuenta la tensa relación entre dos hermanas cuando el marido de una de ellas muere asesinado.

LA VANGUARDIA

Series

CRÍTICA

La gran serie bélica que pone a prueba los límites del espectador

- **'El camino estrecho' con Jacob Elordi, el actor de 'Euphoria', no pone las cosas fáciles en una apuesta elegante, calmada y valiente**



Jacob Elordi se hizo famoso gracias a 'Mi primer beso' y 'Euphoria', y se consolidó con 'Saltburn' y 'Priscilla'. Movistar Plus+

Pere Solà Gimferrer Barcelona 23/05/2025 06:00

Esta no es una propuesta para todos los públicos. No solo es una cuestión de gustos. El camino estrecho, que Movistar Plus+ estrena el miércoles, es una serie bélica, íntima en el tratamiento de los conflictos de los personajes. Disecciona la crueldad de la guerra hasta poner a prueba los límites del espectador, sobre todo de aquellos que puedan pensar que están ante un melodrama convencional. No quiere decir que sea una obra gratuita. Es más bien poética. Pero, en las escenas en las que otros directores apartarían la cámara o acelerarían la acción, el australiano Justin Kurzel, el cineasta del Macbeth de Marion Cotillard y Michael Fassbender, deja respirar la anticipación de la violencia para denunciar el horror.

La historia se cuenta desde tres puntos temporales: antes, durante y después de la guerra. Dorrigo Evans (Jacob Elordi), antes de ir a combatir las fuerzas japonesas, se promete con Ella (Olivia DeJonge), al dejarse llevar por el romanticismo de los jóvenes del momento. Se necesita una mujer a la que volver. Pero, en una visita a su tío, empieza a sentirse atraído por Amy (Odessa Young), quien técnicamente es su nueva tía, ante la inminencia de su partida.



No hay batalla: solo sufrimiento en el campo de prisioneros japonés. Movistar Plus+

Durante la Segunda Guerra Mundial, el mismo Dorrigo se enfrenta a la realidad de ejercer de médico, su profesión, en un campo de prisioneros japonés. Tiene un estatus privilegiado con respecto a sus compañeros, que construyen el ferrocarril de Birmania en taparrabos: tiene una mejor alimentación y es tratado con respeto por el médico enemigo, que disfruta de conversar con él. Pero también tiene el castigo de tener que tratar a sus compañeros sin medicamentos y en unas condiciones insalubres: tiene que despedirlos uno a uno a pesar de sus esfuerzos y del respeto que le profesan.

Décadas más tarde, todavía casado con Ella y considerado un cirujano de referencia, Dorrigo (aquí interpretado por Ciarán Hinds) se enciende al hablar con una periodista sobre la guerra. Él sostiene que los japoneses con los que convivió no eran personas sino "monstruos" y ella le recuerda que esa misma potencia que reduce a sus peores instintos sufrió los ataques de Hiroshima y Nagasaki, uno de los máximos exponentes de deshumanización de la civilización contemporánea. En paralelo, tiene otra aventura, esta vez con Lynette (Essie Davis), la mujer de su socio.

Con Shaun Grant (Mindhunter) como guionista, que adapta la novela de Richard Flanagan, El camino estrecho es una demostración de ficción adulta, sin concesiones, que intenta comprimir la complejidad de la esencia humana en cinco episodios. La trama romántica, la bélica y la crepuscular, en lo conceptual, reciben el mismo tratamiento: están impregnadas por una tensa calma, como si Dorrigo viviera durante toda su vida en un purgatorio por culpa de la guerra (por la inminencia, la vivencia y las secuelas).



Se agradece que no sea una serie moralista al ver las elecciones de Dorrigan, el protagonista interpretado por Elordi. Movistar Plus+

Más allá de la dureza y el desarrollo de algunas imágenes del campo de prisioneros (que incluyen desde una amputación a una decapitación), lo loable es llegar al final y entender con qué precisión transmite su tesis. Va sobre el horror pero también sobre cómo la humanidad, como cucarachas en el apocalipsis, también encuentra la forma de sobrevivir.

LA VANGUARDIA

Teletodo Bcn (TTD)

23 Mayo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 9
AVE: 3477 €
ÁREA: 175 CM² - 57%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 27948
OTS: 386000
SECCIÓN: ESPECIAL



EN PANTALLA

Jacob Elordi sufre los estragos de la Segunda Guerra Mundial en 'El camino estrecho', que ofrece Movistar Plus+. Por su parte, Miguel Ángel Silvestre resuelve asesinatos en 'Weiss & Morales', en La 1, y TV3 se vuelca en la final de la Champions femenina, que disputan el Barça y el Arsenal en Lisboa.

Romance **bélico**

MOVISTAR PLUS+



MÉDICO. Jacob Elordi, en la serie.

M. **D.**

Drama bélico y romance se entremezclan en la nueva serie de Movistar Plus+, *El camino estrecho,* protagonizada por una de las estrellas de *Euphoria,* Jacob Elordi, y ambientada durante la Segunda Guerra Mundial.

Se trata de una adaptación de *El camino estrecho al norte profundo,* novela del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó el libro en las experiencias de su padre. En 1943, durante la contienda bélica, en el frente del Pacífico, Dorrigo Evans (Elordi), oficial médico australiano, es capturado por los japoneses como prisionero y obligado a trabajar en la construcción del ferrocarril entre Tailandia y Birmania.

El joven pasa los días intentando conservar la vida atormentado por el recuerdo de su aventura con la mujer de su tío. A Elordi le acompañan actores como Odessa Young *(The Staircase, Nación salvaje),* Olivia deJonge *(Elvis, La visita),* Simon Baker *(The Mentalist)* y Ciarán Hinds *(Belfast, The Terror).* Dirige Justin Kurzel *(Nitram, Macbeth),* que explicó que «todos los actores experimentaron una dramática pérdida de peso para interpretar a estos prisioneros de guerra».

'EL CAMINO ESTRECHO'
Miércoles, 28
MOVISTAR PLUS+

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 7611 €
ÁREA: 571 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 32396
OTS: 229000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



Julianne Moore y Kevin Bacon dan vida a una peculiar familia en 'Sirenas'

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos de la semana

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato.



Milly Alcock (Simone) y Julianne Moore (Michaela) en una imagen de 'Sirenas'. NETFLIX

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos para televisión estadounidense. Creada por Nick Kroll, Andrew Goldberg, Jennifer Flackett y Mark Levin, cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están viviendo todos los cambios que acarrea en ellos mismos la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 7611 €
ÁREA: 571 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 32396
OTS: 229000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho'
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policíaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientras se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familiar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

EL DIARIO VASCO

23 Mayo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 64-65
AVE: 4683 €
ÁREA: 571 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 30714
OTS: 163000
SECCIÓN: GENTE



Julianne Moore y Kevin Bacon dan vida a una peculiar familia en 'Sirenas'

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos de la semana

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato.



Milly Alcock (Simone) y Julianne Moore (Michaela) en una imagen de 'Sirenas'. NETFLIX

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos para televisión estadounidense. Creada por Nick Kroll, Andrew Goldberg, Jennifer Flackett y Mark Levin, cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están viviendo todos los cambios que acarrea en ellos mismos la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un

EL DIARIO VASCO

PAÍS: España
PÁGINAS: 64-65
AVE: 4683 €
ÁREA: 571 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 30714
OTS: 163000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho'
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policíaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientras se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familiar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

EL COMERCIO

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 2635 €
ÁREA: 412 CM² - 63%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 9059
OTS: 83000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



'Sirenas' protagoniza las series de la semana

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos destacados

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas', 'Nine perfect strangers' o 'Weiss & Morales''.





Julianne Moore, en 'Sirenas'. A la derecha, Weiss & Morales. R. C.

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos que cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están a viviendo todos los cambios que acarrea la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho'
Movistar+, 28 de mayo

Ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policiaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientras se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familiar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destacada ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

El Norte de Castilla

23 Mayo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3602 €
ÁREA: 568 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8545
OTS: 90000
SECCIÓN: GENTE



La historia familiar con reparto de lujo de 'Sirenas' protagoniza las series de la semana

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos destacados

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Juliane Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato..







Julianne Moore, en 'Sirenas'. A la derecha, de arriba abajo, Weiss & Morales y Nicole Kidman en 'Nine perfect strangers'. R. C.

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos que cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están a viviendo todos los cambios que acarrea la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un

El Norte de Castilla

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 3602 €
ÁREA: 568 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8545
OTS: 90000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policiaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientra se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

LA RIOJA

23 Mayo, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 48-49
AVE: 3441 €
ÁREA: 568 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5297
OTS: 46000
SECCIÓN: GENTE



La historia familiar con reparto de lujo de 'Sirenas' protagoniza las series de la semana

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos destacados

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Juliane Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato..







Julianne Moore, en 'Sirenas'. A la derecha, de arriba abajo, Weiss & Morales y Nicole Kidman en 'Nine perfect strangers'. R. C.

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos que cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están a viviendo todos los cambios que acarrea la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un

LA RIOJA

PAÍS: España
PÁGINAS: 48-49
AVE: 3441 €
ÁREA: 568 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5297
OTS: 46000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policiaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientra se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familiar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

EL CORREO
ALAVA

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 4120 €
ÁREA: 571 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8840
OTS: 53000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



Julianne Moore y Kevin Bacon dan vida a una peculiar familia en 'Sirenas'

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos de la semana

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato.



Milly Alcock (Simone) y Julianne Moore (Michaela) en una imagen de 'Sirenas'. NETFLIX

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos para televisión estadounidense. Creada por Nick Kroll, Andrew Goldberg, Jennifer Flackett y Mark Levin, cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están viviendo todos los cambios que acarrea en ellos mismos la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un

EL CORREO
ALAVA

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 4120 €
ÁREA: 571 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 8840
OTS: 53000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho'
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policíaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientras se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familiar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

IDEAL GRANADA

PAÍS: España
PÁGINAS: 48-49
AVE: 5642 €
ÁREA: 567 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6910
OTS: 55000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



La historia familiar con reparto de lujo de 'Sirenas' protagoniza las series de la semana

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos destacados

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Juliane Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato..







Julianne Moore, en 'Sirenas'. A la derecha, de arriba abajo, Weiss & Morales y Nicole Kidman en 'Nine perfect strangers'. R. C.

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos que cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están a viviendo todos los cambios que acarrea la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un centro de detención en busca de

IDEAL GRANADA

PAÍS: España
PÁGINAS: 48-49
AVE: 5642 €
ÁREA: 567 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6910
OTS: 55000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policiaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientra se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

EL DIARIO MONTAÑÉS

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 6788 €
ÁREA: 568 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 12959
OTS: 104000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



La historia familiar con reparto de lujo de 'Sirenas' protagoniza las series de la semana

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos destacados

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Juliane Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato..







Julianne Moore, en 'Sirenas'. A la derecha, de arriba abajo, Weiss & Morales y Nicole Kidman en 'Nine perfect strangers'. R. C.

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos que cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están a viviendo todos los cambios que acarrea la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un

EL DIARIO MONTAÑÉS

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 6788 €
ÁREA: 568 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 12959
OTS: 104000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policiaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientra se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

DIARIO DE NAVARRA

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 7591 €
ÁREA: 665 CM² - 79%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 19633
OTS: 119000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025





Milly Alcock (Simone) y Julianne Moore (Michaela) en una imagen de *Sirenas*. NETFLIX

Julianne Moore y Kevin Bacon dan vida a una peculiar familia en 'Sirenas'

La española 'Weiss & Morales', las nuevas entregas de 'Nine perfect strangers' y la alocada 'Rick y Morty' completan los estrenos de la semana

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como *Sirenas*, con nombres como Julianne Moore o Kevin Bacon; o *Nine perfect strangers*, el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española *Weiss & Morales*, con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato.



Nicole Kidman protagoniza la segunda temporada de *Nine perfect strangers*. AMAZON PRIME

'Nine perfect strangers'

Amazon Prime, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta segunda temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'

Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la ficción se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. El personaje principal no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'

Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie liderada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la especuznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida "perfecta".

'Big mouth'

Netflix, 23 de mayo

Última tanda de esta serie animada para adultos de la televisión estadounidense. Creada por Nick Kroll, Andrew Goldberg, Jennifer Flackett y Mark Levin, cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están viviendo todos los cambios que acarrea la pubertad.

'Olvidarte, nunca'

Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas en humor sincero, e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'

La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto, pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty'

Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con la octava temporada. Rick Sánchez, un genio científico sociópata que vive con la familia de su hija Beth, arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas por todo el universo.

'No robarás'

Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un centro de detención en busca de la verdad sobre un secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge, y juntos huyen de su pequeña comunidad en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho'

Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de enhorabuena con esta ficción ambientada en 1943, en plena II Guerra Mundial. Dorrigo Evans, oficial médico australiano, es capturado por los japoneses 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. Adaptación de *El camino estrecho al norte profundo*, del australiano Robert Flanagan, Premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance'

SkyShowtime, 29 de mayo

Segunda entrega de esta serie canadiense del género policíaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientras se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familiar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'

Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destacada ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

Canarias7

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 3721 €
ÁREA: 573 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2947
OTS: 34000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



La historia familiar con reparto de lujo de 'Sirenas' protagoniza las series de la semana

SERIES

'Weiss & Morales' y el regreso de 'Nine perfect strangers' completan los estrenos destacados

D. MERINO

Nuevas caras y rostros conocidos se dan la mano durante la recta final de mayo en las plataformas digitales bajo demanda. Un cóctel que combina comedia, drama o bélico con estrenos como 'Sirenas' con un reparto de lujo con nombres como Juliane Moore o Kevin Bacon; o 'Nine perfect strangers' con el regreso de Nicole Kidman a la pequeña pantalla con una nueva terapia de retiro espiritual solo para ciertos elegidos. A destacar también la producción española 'Weiss & Morales' con Miguel Ángel Silvestre como sargento de la Guardia Civil en un caso de asesinato..







Julianne Moore, en 'Sirenas'. A la derecha, de arriba abajo, Weiss & Morales y Nicole Kidman en 'Nine perfect strangers'. R. C.

'Nine perfect strangers'
Amazon Prime Video, 22 de mayo

Otros nueve desconocidos se someten a una nueva terapia psicodélica dirigida por Masha (Nicole Kidman), en los Alpes austríacos. A lo largo de una semana, estos individuos pasarán por diferentes etapas y se preguntarán hasta qué límites pueden llegar para superar sus traumas. En el reparto de esta temporada se encuentran Henry Golding, Lena Olin, Annie Murphy, Christine Baranski, Murray Bartlett y Mark Strong, entre otros. El 22 de mayo se estrenan los dos primeros capítulos, seguidos de un nuevo episodio cada semana.

'She the people'
Netflix, 22 de mayo

Nueva comedia del archiconocido Tyler Perry. En esta ocasión, la serie se sitúa en el mundo de la política, donde los hombres tienen preponderancia y las mujeres necesitan hacer un esfuerzo doble para ser respetadas. En el caso del personaje principal, no solo pertenece a una minoría por ser mujer sino que también es afroamericana.

'Sirenas'
Netflix, 22 de mayo

Mezcla de comedia y drama en torno a tensas relaciones familiares y profesionales. La serie protagonizada por un reparto de lujo con nombres como Julianne Moore, Kevin Bacon, Meghann Fahy o Milly Alcock, se centra en un fin de semana en una lujosa finca junto a la playa que tiene en el centro a Devon, una muchacha que está preocupada por la espeluznante relación que tiene su hermana menor Simone con su jefa Michaela Kell, una misteriosa socialité y activista animal, quien no le da mucha confianza, pues está convencida que oculta algo, por lo que tratará de descubrir qué hay detrás de toda esa vida «perfecta».

'Big mouth'
Netflix, 23 de mayo

Última temporada de esta serie animada para adultos que cuenta las aventuras de Nick y Andrew, dos amigos adolescentes que están a viviendo todos los cambios que acarrea la pubertad.

'Olvidarte, nunca'
Netflix, 23 de mayo

Serie taiwanesa sobre una aspirante a monologuista que convierte sus problemas de la vida en humor sincero e intenta conciliar el trabajo y las relaciones al mismo tiempo que cuida de su padre.

'Weiss & Morales'
La 1, 23 de mayo

Nina Weiss, una agente de la BKA alemana, llega sin previo aviso a Gran Canaria para sorprender a su madre. En un restaurante frente al mar, intenta abordar un secreto familiar que lleva años oculto. Pero su atención se desvía cuando una mujer es atacada, lo que la llevará a intentar evitarlo, ignorando que se trata de una operación encubierta liderada por Raúl Morales, sargento de la Guardia Civil. Posteriormente, Nina deberá colaborar en la investigación por la muerte de un ciudadano alemán en Las Palmas, en la que precisamente coincidirá con el mismo sargento Morales. Sus personalidades y métodos chocan desde el principio, pero tendrán que unir fuerzas para resolver el caso.

'Rick y Morty' (Temporada 8)
Max, 26 de mayo

Las locas aventuras interdimensionales de Rick y Morty regresan con una nueva temporada. Sus historias siguen a un genio científico sociópata que arrastra a su nieto, tímido por naturaleza, a aventuras increíblemente peligrosas en todo el universo. Rick Sánchez vive con la familia de su hija Beth y constantemente la lleva a ella, a su yerno Jerry, a su nieta Summer y a su nieto Morty a aventuras intergalácticas.

'No robarás'
Filmin, 27 de mayo

Intento de western tarantiniano en el que Robyn, una joven delincuente aborigen, escapa de un

Canarias7

PAÍS: España
PÁGINAS: 60-61
AVE: 3721 €
ÁREA: 573 CM² - 74%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2947
OTS: 34000
SECCIÓN: GENTE

23 Mayo, 2025



centro de detención en busca de la verdad sobre un misterioso secreto familiar. A regañadientes, forma equipo con el torpe adolescente Gidge. Juntos huyen de su pequeña comunidad del desierto central en un peligroso viaje por el interior de Australia.

'El camino estrecho
Movistar+, 28 de mayo

Los amantes del género bélico están de suerte con esta ficción ambientada en el año 1943, en plena II Guerra Mundial. 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. Adaptación de 'El camino estrecho al norte profundo', del australiano Robert Flanagan, premio Booker 2014, que basó su novela en las experiencias de su padre.

'Allegiance' (Temporada 2)
SkyShowtime, 29 de mayo

Serie canadiense del género policiaco sobre una novata que dispone de seis meses para demostrar que tiene lo necesario para ser detective, mientra se enfrenta a diferentes casos. A esto hay que sumarle un nuevo compañero, recién transferido a la comisaría, con una década más de experiencia que ella y una manera de hacer las cosas muy distinta. Mientras lidia con una vida amorosa y familar complicada, la protagonista está decidida a atrapar al hombre que incriminó a su padre.

'La mejor hermana'
Amazon Prime, 29 de mayo

Jessica Biel se mete en la piel de Chloe, una destaca ejecutiva que aparentemente lleva una vida tranquila con su marido Adam y su hijo Ethan, mientras su hermana Nicky se enfrenta a una dura batalla contra la adicción. Todo cambia radicalmente cuando asesinan a su pareja y la tragedia saca a la luz secretos familiares ocultos durante años.

AQUÍtv

Movistar Plus+ estrena 'Obesidad infantil. La pandemia ignorada', un documental original de TBS y que nace de la mano de la Gasol Foundation



- **Este documental consta de dos episodios, está producido por TBS y es un proyecto personal de Pau y Marc Gasol. Cuando iniciaron su colaboración, Pau Gasol y Telefónica se marcaron el objetivo de trabajar para promover hábitos de vida saludables en la sociedad. Se estrenarán las dos entregas el lunes 26 de mayo, en exclusiva en Movistar Plus+**
- **El documental, de la mano de Pau Gasol-embajador de Telefónica y presidente de la Gasol Foundation- y TBS, pone el foco en esta pandemia ignorada a partir de un enfoque exhaustivo y multidimensional. Esta vez Movistar Plus+ apuesta por un contenido didáctico, elevando la voz de alarma y con Pau Gasol a la cabeza, uno de los mejores deportistas españoles de todos los tiempos**

En los últimos años, la obesidad infantil se ha convertido en una pandemia silenciosa que afecta de manera grave y en ocasiones irreversible a 400 millones de niños y niñas en el mundo. Muchos de ellos y ellas arrastrarán sus consecuencias de por vida. Y no solo eso: la gran mayoría de la población lo desconoce.

'Obesidad infantil. La pandemia ignorada' es una mini serie documental de dos episodios en la que, con la ayuda de la estrella de la NBA y presidente de la Gasol Foundation, Pau Gasol y a través de historias impactantes, analizamos el reto de salud pública de la obesidad infantil y mostramos las soluciones necesarias para resolverlo.

La serie se basa en historias personales que muestran cómo las familias en España, Europa y Estados Unidos enfrentan el problema de la obesidad sin los recursos necesarios: los desiertos alimentarios en Los Ángeles, el precio excesivo de los alimentos de calidad, el impacto de la publicidad en los niños y niñas, el acoso escolar o las enfermedades crónicas que genera la obesidad infantil son algunos de los temas tratados a través de estas historias.

Sin embargo, la obesidad infantil no solo afecta a millones de niños y niñas en todo el mundo, sino en que es el gran "elefante en la habitación": un problema del que no se habla y que muchas familias desconocen. Para reflejar esto, realizamos un experimento social con padres en el que mostramos el desconocimiento de la sociedad sobre temas como los ingredientes de los productos ultraprocesados, el impacto del uso excesivo de pantallas en la infancia o el efecto negativo del consumo de bebidas energéticas en adolescentes, todos ellos factores de riesgo para el sobrepeso y la obesidad infantil.

De entre las potentes historias del documental, destaca la de Marc Gasol, hermano de Pau, también estrella de la NBA y vicepresidente de la Gasol Foundation. Marc se abre a contar su experiencia con la obesidad al mudarse a Estados Unidos siendo adolescente y cómo logró cambiar el rumbo.

Además, entrevistamos a los principales expertos del mundo en la materia y analizamos las medidas necesarias para resolver la situación.

'Hay 160 millones de niños, niñas y adolescentes de 5 a 19 años que viven con obesidad en el mundo'

'Desde 1980 el número de niños, niñas y adolescentes con sobrepeso u obesidad se ha multiplicado por 4'

'En los últimos 30 años, el número de niños y niñas con diabetes ha aumentado un 40%'

'Obesidad infantil. La pandemia ignorada' cuenta con voces expertas y autorizadas como la de Aitor Sánchez, dietista, nutricionista y tecnólogo alimentario; Joan Roca, chef del Celler de Can Roca; Simón Barquera, presidente de la World Obesity Foundation o Michael Goran, director de Nutrición y Obesidad en el Saban Research Institute del Children's Hospital de Los Ángeles, entre otros.