RESUMEN DE MEDIOS — JUEVES, 29 DE MAYO DE 2025

MOVISTAR PLUS+: NUEVOS CANALES

AXN Movies regresa al paquete básico de Movistar Plus+ (VARIOS)

Movistar Plus+ se refuerza con nuevos canales (VARIOS)

CINE ORIGINAL

SIRÂT

Encuesta de críticos de Cannes 2025: Las mejores películas y actuaciones, según 48 especialistas (IndieWire)

'Sirât' encabeza la encuesta de la crítica de Cannes (World of Reel)

Top Ten Cannes 2025: los críticos eligen sus películas preferidas de la 78ª edición (Caimán)

Boyero, deslumbrado con "Sirât": "Cine hipnótico" (Cadena SER)

Alternativas de fuga (Jara Yañaz en Caimán ediciones)

Urtasun 'se cuela' en el preestreno de 'Sirat' (Crónica Global)

NO FICCIÓN ORIGINAL

LAS BERROCAL

A solas con Vicky Martín Berrocal: "A los 14 años tenía la talla 44 y no existía en algunas tiendas. Eso te hace daño" (El Español)

Las Berrocal, estrenan su esperado documental (Diez Minutos)

El diario de Jorge Javier: "Alba, la hija de Vicky, es todo un hallazgo" (Lecturas)

Jorge Javier Vázquez se come sus palabras sobre Vicky Martín Berrocal y su documental: "Drama psicológico en estado puro" (El Economits-Infomalia)

OBESIDAD INFANTIL: LA EPIDEMIA IGNORADA

La lucha de Pau Gasol contra la obesidad infantil: "Hay que conseguir mejorar los hábitos de forma lúdica y con el ejemplo del entorno" (El Mundo)

La directora de Nutrium, Paula Fernández, participa en un documental de Movistar sobre obesidad infantil (Europa Press)

Movistar Plus+ estrena "Obesidad infantil. La pandemia ignorada", un proyecto personal de Pau y Marc Gasol (Academia TV, 22 Minutos)

ALASKA REVELADA

Alaska sobre una de sus canciones más icónicas: "Igual el mensaje no es tan sano como nos creemos" (Esquire)

FICCIÓN ORIGINAL

SE TIENE QUE MORIR MUCHA GENTE

Movistar Plus+, en colaboración con Corte y Confección de películas, rueda `Se tiene que morir mucha gente' (Panorama Audiovisual)

Comienza el rodaje de 'Se tiene que morir mucha gente' (El Séptimo Arte)

CANCIÓN

`La canción', una entretenida mirada a las sombras de Eurovisión (Sr. Casanova en Supertele)

LA VIDA BREVE

Rodar en espacios de Patrimonio Nacional: tarifas caras "acordes al sitio", prohibido encender velas y cuidado con los adoquines (Kinótico)

Ni 'La Favorita' ni 'La Promesa': "La vida breve" solo tiene seis episodios y arrasa en streaming (Vandal)

MARBELLA T2

El rodaje de la segunda temporada de la serie Marbella llega al barrio de Arenales en Las Palmas (Atlántico Hoy)

DEPORTE Y TV

La RFEF pide 6,5 millones por la TV de la Supercopa y valora Primera Federación en cinco millones (2Playbook)

¿Quién ocupará el lugar de GolTV? (El Economista)

La guerra de Disney y YouTube por convertirse en el centro de referencia del floreciente multiverso de los medios deportivos (Puck)

Mediapro reordena su cúpula directiva: 29 directivos conforman la estructura de poder (Palco 23)

Grup Mediapro crece en Norteamérica como `host broadcaster' de la Liga Pro Pádel (2Playbook)

La Liga F crece un 7% y roza los 400.000 espectadores acumulados en las gradas en 2024-2025 (2Playbook)

La Bundesliga renueva a los directores generales de sus filiales internacional y digital hasta 2028 (2PlayBook)

TV DE PAGO

Las series míticas de los años 90 podrás verlas en el nuevo canal VinTV. AMC mete presión tras la ruptura con Movistar Plus+ (Xataka Móvil, Xataka Home, Reason Why)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

El contrato de "La Familia de la Tele"; audiencias, 3,4 millones en sueldos... (El Mundo)

El coordinador de *clearance*, una figura indispensable en el audiovisual (Rubik Audiovisual)

Ramón Campos vuelve al 'true crime' con 'La viuda negra': "Hay que respetar a las víctimas y ser escrupuloso con los hechos" (Kinótico)

La 9ª edición de Conecta Fiction regresa con grandes novedades: pitch talent para creativos, festival abierto al público... (Panorama Audiovisual)

Ramón Biarnés (Odeon Cinemas) ante el presente y futuro de la exhibición en cines: "Había que premiar a quién elige tus cines 7, 8 o 10 veces al mes" (Kinótico)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Cinco grandes tendencias de la temporada de resultados: caída de la taquilla y de los ingresos lineales, el impulso de Trump en Fox News y el auge de la IA (The Wrap)

La nostalgia impulsa el consumo de SVOD. Los originales siguen siendo cruciales (ScreenMedia)

YouTube lidera las visualizaciones en televisión por tercer mes consecutivo (The Hollywood Reporter)

Cómo interpretar la apuesta de Disney por "CoComelon" (Puck)

Se filtran en Internet millones de datos de cuentas de Netflix y otras plataformas digitales (Independent en español)

Dimensionando el crecimiento del "en vivo" en la TV abierta en Latam (Cveintiuno)

Rio2C: *streamers* y productores brasileños llaman a integrar salas de cine, TV en abierto y plataformas (Cveintiuno)

Rio2C: el potencial de crecimiento del FAST está en la `shoppable TV', afirma Omdia (Cveintiuno)

Warner Bros. Discovery y U-Next firman un acuerdo de distribución global de series japonesas (Variety)

Netflix y BBC Studios se alían para el podcast de comedia «The Big Pitch With Jimmy Carr» (The Hollywood Reporter)

Los triunfadores de Cannes que hay que tener en cuenta en la carrera por los Oscar (Los Angeles Times)

Los productores de televisores británicos negros se pelean por las sobras ante la falta de oportunidades (The Guardian)

¡Sumérgete en el sexting! Por qué los mensajes de texto son el nuevo tema de moda en las series de televisión (The Guardian)

Por qué Lilo & Stich ha triunfado donde fracasó Blancanieves (Vulture)

California duplica sus incentivos cinematográficos, pero podría ser demasiado tarde para detener la huida de la producción (Variety)

MOVISTAR PLUS+

Alice Campello relata el episodio más duro de Morata luchando con su salud mental: "Hubo un día que explotó, le vi peor que nunca" (20 Minutos)

Alice Campello habla como nunca sobre la depresión que hundió a Álvaro Morata: "No podía más y un día explotó" (El Economista - Informalia)

Jacob Elordi: «Hoy se produce mucho contenido sin sentido, pero 'El camino estrecho' es algo importante» (ABC)

"El camino estrecho": Jacob Elordi lidera una serie sobre guerra y pasión (La Opinión de La Coruña)

De qué trata 'El camino estrecho' la nueva serie australiana que llega a Movistar Plus+ (Esdiario)

Jacob Elordi, Zendaya, Sydney Sweeney, o Anna Castillo protagonizan 'Crushes', las jóvenes estrellas más top del planeta (La Opinión - El Correo de Zamora)

Estrenos que llegan a Movistar Plus+ en junio del 2025: *Bitelchús* y todas las películas y series (Cinco Días)

Movistar Plus+ anuncia las grandes películas y el mejor cine exclusivo que no han pasado por el cine para junio (Adslzone.net)

Movistar Plus+ anuncia sus refrescantes estrenos de junio: *Bitelchús Bitelchús, Cónclave, Jurado Nº 2*... (Hobby Consolas)

Cónclave, Bitelchús, Lady Gaga y Scarlett Johansson: todo lo que llega a Movistar Plus+ en junio (AV Pasion)

"Dos familias": la adictiva miniserie en streaming que devorarás en una tarde (Cinemanía)

"El caso del Sambre": 'thriller' sobre un famoso depredador sexual (Mundo Deportivo)

"La fiebre de los ricos": la cinta que muestra cuando ser rico se convierte en una maldición (Mundiario)

TV DIGITAL

AXN Movies regresa al paquete básico de Movistar Plus+

28 de mayo de 2025



Movistar Plus+ ha reincorporado el canal AXN Movies a su paquete básico, permitiendo a todos sus suscriptores disfrutar nuevamente del canal sin coste adicional.

Este cambio se produce dos años después de que el canal, que inició sus emisiones el 1 de mayo de 2023 sustituyendo a AXN White, pasara a ser de suscripción independiente con un coste inicial de 1,49 euros mensuales, incrementado posteriormente a 2 euros al mes en enero de 2025.

Aunque el regreso al paquete básico estaba previsto para mediados de mayo, finalmente se ha hecho efectivo a finales de mes. Actualmente, AXN Movies está disponible en el dial 46 de la parrilla de Movistar Plus+, y aunque ya se puede acceder a través de las aplicaciones móviles y en todos los dispositivos como SmartTV, Fire TV, Android TV o Apple TV, por el momento no está disponible en el descodificador. Se espera que aquí aparezca en el dial 46 en las próximas horas.

AXN Movies es un canal especializado en cine, ofreciendo una programación centrada principalmente en géneros como el thriller, suspense, acción y películas de aventuras, buscando satisfacer especialmente a los amantes del entretenimiento más intenso y emocionante.

Con esta medida, Movistar Plus+ busca fortalecer su propuesta de valor, ofreciendo a sus abonados una selección más amplia de contenidos sin costes adicionales. El canal también está disponible en el servicio de streaming de Movistar Plus+, que tiene un coste de 9,99€/mes.

Operadores

El canal que muchos echaban de menos ya está de vuelta en Movistar Plus+

Justo Romanos | Publicado el 28 de mayo, 2025 · 11:00



Movistar Plus+ tiene una gran sorpresa para todos los usuarios. Porque el servicio de televisión, incluyendo también en este caso a los suscriptores de su plataforma digital, ha recuperado un canal que todo el mundo estaba echando de menos.

Rectificar es de sabios. Y en Movistar Plus+ siempre han demostrado que saben cómo mantener a sus usuarios muy satisfechos tal y como demostraron ayer anunciando cuatro nuevos canales.

Debido a ello, la operadora ha decidido, sin darle mucho bombo y teniendo un detallazo con sus clientes, recuperar un canal que tiempo atrás pasó a ser de pago. A partir de ahora, vuelve a estar disponible para todo el mundo sin tener que pagar ningún extra.

Lo tienes, por supuesto, en la suscripción de Movistar Plus+, en la cual puedes conseguir 2 meses gratis si contratas el plan anual.

AXN Movies vuelve a casa

No es que se hubiera ido del todo, pero sí que se había limitado la capacidad de disfrutar de este popular canal que llevaba mucho tiempo proporcionándonos entretenimiento. En un momento dado, Movistar Plus+ vio cómo AXN Movies se convertía en un canal de pago y dejaba por el camino a muchos seguidores fieles que no estaban interesados en añadir un gasto más a sus facturas. Aunque tampoco era especialmente caro, a inicios de este año 2025 su coste aumentó ligeramente y ya se colocó en los 2 euros. Eso hizo que, para algunos usuarios, fuera un gasto que tuvieran que pensarse.



Canales de Movistar Plus+ con AXN Movies

Por suerte, Movistar Plus+ ha cambiado de idea y ha recuperado el canal para que todos los clientes de Movistar Plus+ se lo puedan pasar en grande disfrutando de su contenido. Como puedes ver encima de estas líneas, el canal ya está disponible en la parrilla de la plataforma digital y todos los demás servicios de televisión de Movistar, como el deco, deberían acceder a él en cuestión de horas. Para que no te pierdas buscándolo, te podemos decir que está situado en el dial 46, justamente entre Syfy y Trece.

Cine y películas sin límites

Lo que siempre ha gustado de AXN Movies ha sido su programación, la cual está plagada de películas y grandes éxitos de Hollywood de lo que se disfrutan una y otra vez. Para que te hagas a la idea del tipo de programación que te ofrece, simplemente te vamos a decir que hoy se emitirán todos estos peliculones: Blade Runner 2049, Dragón, la vida de Bruce Lee, El nuevo Karate Kid, Camino a la gloria o The Jackal, entre otros. Y si seguimos mirando la programación nos haremos perfectamente a la idea del estilo del canal, dado que esta semana emitirán películas del tipo de Get Carter, 12 años de esclavitud, Tiburón 2, Una bala en la recámara, la saga El corredor del laberinto, Depredador 2 o El 6° Día, por poner solo algunos ejemplos.



Una escena de la película Karate Kid 3

Lo mejor de AXN Movies es que tiene una programación con bloques temáticos que ayuda a reconectar con grandes películas de Hollywood y con títulos imprescindibles. Los lunes se emite Cita con a las 22:00 horas, los jueves es el turno de Noches de acción y los sábados tenemos Cine con Mayúsculas. Todos estos bloques estarán, en las próximas semanas, llenísimos de películas imprescindibles. Podremos ver Hitman, A prueba de balas, toda la saga Karate Kid, la franquicia Regreso al Futuro y muchas otras. Además, es frecuente que en AXN Movies se organicen ciclos y que así podamos pegarnos unas maratones cinéfilas que no tienen ningún desperdicio.

Por todo ello, y porque luego esas películas estarán en los últimos siete días y llenarán el catálogo de propuestas de cine de Movistar Plus+ a lo grande, la recuperación del canal es una noticia estupenda. Ya solo te queda hacerte una lista en la que ir tomando nota de todo lo que van a echar, porque la cantidad de cine que llega es tremenda.

AZ ›

Xataka smart home

Si tienes Movistar Plus+ por fin ha llegado el día: desde hoy este canal de TV que era de pago pasa a ser gratis para todos



Tras dos años teniendo que contratarlo aparte, este dial de cine estará disponible para todos los clientes del servicio básico

Paco Rodríguez Editor Senior

En 2023 AXN Movies llegaba a Movistar Plus+, un canal de TV especializado en cine generalista que comenzó a estar disponible en las principales operadoras nacionales y que prometía mucho.

Sin embargo, pocos días después de su estreno la operadora anunció que el canal pasaba directamente a tener un coste adicional de 1,49 euros al mes. Es decir, ya no entraba en el paquete básico y había que contratarlo aparte si queríamos seguir viéndolo.

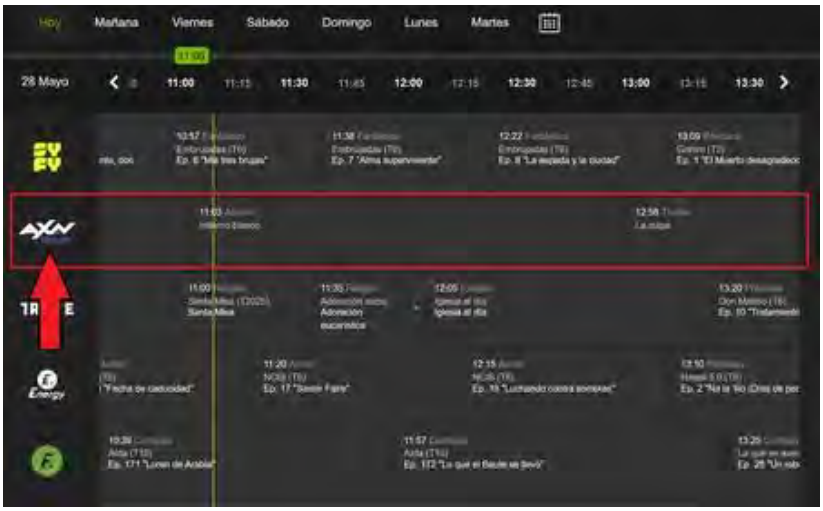
AXN Movies vuelve a ser gratis para todos los usuarios

Sin embargo, como ya adelantamos hace unos meses, la operadora confirmó este año su intención de que AXN Movies, perteneciente Sony Pictures Television (SPT), regresara a la parrilla básica para mejorar la oferta de cine de sus diales.

Según podíamos leer en la página web de ayuda y soporte técnico de Movistar Plus+, este canal pasaría a estar disponible para todos los clientes del servicio a partir del mes de mayo (no daban un día concreto aunque apuntaban a mediados) sin tener que pagar más.

Los usuarios que tenían contratado este canal aparte han ido recibiendo en sus correos electrónicos un mensaje en el que se indica que dejarán de pagar la cuota correspondiente en junio:

A partir del 1 de junio de 2025, el canal AXN Movies estará incluido sin coste adicional, en el paquete Movistar Plus+ o productos equivalentes. Por este motivo, desde esa fecha, dejaremos de cobrarte su cuota mensual como un canal a la carta.



Y con un poco de retraso con respecto a ese mediados de mayo parece que por fin la promesa se ha hecho realidad, aunque por ahora con algún "pero". Y es que, si entramos a Movistar Plus+ desde un navegador web, la aplicación de nuestra SmartTV, Fire TV, Android TV o Apple TV el canal ya está accesible y lleva emitiendo películas toda la mañana, como podemos comprobar por las capturas que hemos realizado.

Sin embargo, parece que todavía no está activado en el acceso desde el decodificador, algo que suele ser habitual tarde algo más y se haga progresivamente por zonas. Esto no es nuevo y de hecho suele suceder con el lanzamiento de nuevos canales, así que es de esperar que a lo largo de las próximas horas podamos acceder también desde el decodificador.

Actualmente el canal de pago estaba disponible en el dial 46 de la parrilla, aunque no sabemos si se mantendrá esta numeración o cambiará como ya sucedió cuando pasó de ser gratis para todos a un canal de pago.

En cuanto a la programación, como podemos leer en la guía disponible para los diferentes canales, sigue centrándose en cine comercial con taquillazos de todos los tiempos, por lo que complementará así al canal 'Hits por M+' que ya está disponible desde hace unos meses.

Ni uno ni dos ni tres: Movistar Plus+ estrena 4 canales de golpe en junio

Daniel Caballero Publicado el 27 de mayo, 2025



Movistar Plus+ ya tiene todo listo para dar la bienvenida a más de un canal nuevo de televisión. Como cada mes, este servicio de televisión se encarga de traer diferentes diales temáticos y temporales con motivo de algo especial. Pues bien, para el mes de junio van a estrenarse 4 canales de TV.

Tener la televisión de Movistar en casa te asegura no solo disfrutar de nuevos estrenos de cine y series cada mes, sino que también vas a tener la oportunidad de ver nuevos diales de televisión en su parrilla. Para el mes de junio, la operadora azul ya sabe cuáles son los siguientes canales en aterrizar en su catálogo actual. Te lo contamos.

Los nuevos canales de Movistar

De entre los distintos canales de estreno, hay uno que se hará de rogar un poco más. Más que nada, porque no será hasta el próximo 26 de junio, casi un mes de espera, cuando se estrene el dial bajo la acción especial de Movistar Plus+. Se trata de un canal temático centrado en uno de esos géneros que enamoran a una gran parte de los espectadores: el thriller. En él, podrás disfrutar de todo tipo de investigaciones, asesinos en serie, persecuciones, venganzas, giros inesperados, suspense y mucha

adrenalina –Thriller por M+-. Un dial que justamente se estrenará el mismo día en el que aterriza ‘Los sin nombre’, una nueva serie original bajo la firma de la televisión del operador azul. Y entre los contenidos destacados se encuentran: ‘Los sin nombre’, ‘Antidisturbios’, ‘Rapa’, ‘El largo río de las almas’, ‘Crimen, de Irvine Welsh’, ‘La trampa’, ‘Naturaleza salvaje’ o ‘Wolfs’.



Aunque, será a mediados de junio cuando se estrenen la mitad de estos nuevos canales. Primero será el turno del dial temático dedicado exclusivamente al más que conocido Charles Chaplin. Y es que no es la primera vez que Movistar Plus+ rinde homenaje a esta figura con un canal pop-up. Por esto mismo, desde el 12 de junio hasta el 6 de julio, los abonados tendrán disponible ‘Chaplin por M+‘. Y algunos de los títulos que se podrán ver son: ‘Tiempos modernos’, ‘El gran dictador’, ‘El chico’, ‘Candilejas’ o ‘La quimera del oro’, entre otras muchas alternativas.

Y después, se lanzará una alternativa para una de las grandes figuras del cine español, Pedro Almodóvar. El director de cine tendrá su propio canal, el cual llega también bajo lo estreno de ‘Pedro x Javis’, una serie original que aterriza el mes que viene en la que Almodóvar mantiene una charla bastante íntima con Javier Ambrossi y Javier Calvo. Por ello, estrenarán el canal Todo Almodóvar por M+ desde el 19 de junio al 10 de julio.

Para terminar, otra de las sorpresas que tiene preparada esta televisión es el estreno de un canal dedicado a la Generación Z, y todo porque tiene que ver con varios intérpretes de una joven generación que triunfa en la

actualidad, entre los que están Zendaya, Timothée Chalamet, Sydney Sweeney, Paul Mescal, Jenna Ortega, Jeremy Allen White, Anya Taylor-Joy, Austin Butler, entre otros. Todas estas figuras son los protagonistas de esta acción especial de Movistar Plus+, que estrenará Crushes por M+ desde el miércoles 4 de junio.

Computer Hoy

Movistar Plus+ prepara una lluvia de nuevos canales gratis para todos sus clientes



Claudia Pacheco 28 may. 2025 18:00h.

Movistar Plus+ pretende seguir siendo la televisión de pago más vista de España con un récord histórico de usuarios en el mes de abril, y tienen clara la estrategia que deben utilizar para conseguirlo. La operadora ha anunciado la llegada de nuevos canales a su plataforma de streaming.

Como cada mes, Movistar Plus+ se despide de los canales temporales y da la bienvenida a otros que llegan a la parrilla en junio. La operadora sigue apostando por el cine con sus cuatro nuevas emisoras.

Thriller por M+

El nuevo canal pop-up que ha anunciado Movistar Plus+ llegará a todos los usuarios de la suscripción básica de 9,99 euros al mes el próximo 26 de junio y se quedará durante julio.

Thriller por M+ ofrecerá las mejores películas de este género con todo tipo de investigaciones, asesinos en serie, persecuciones, venganzas y adrenalina. El canal llega a la parrilla de Movistar Plus+ el mismo día del estreno de *Los sin nombre*, una nueva serie de suspense producida por la operadora azul.

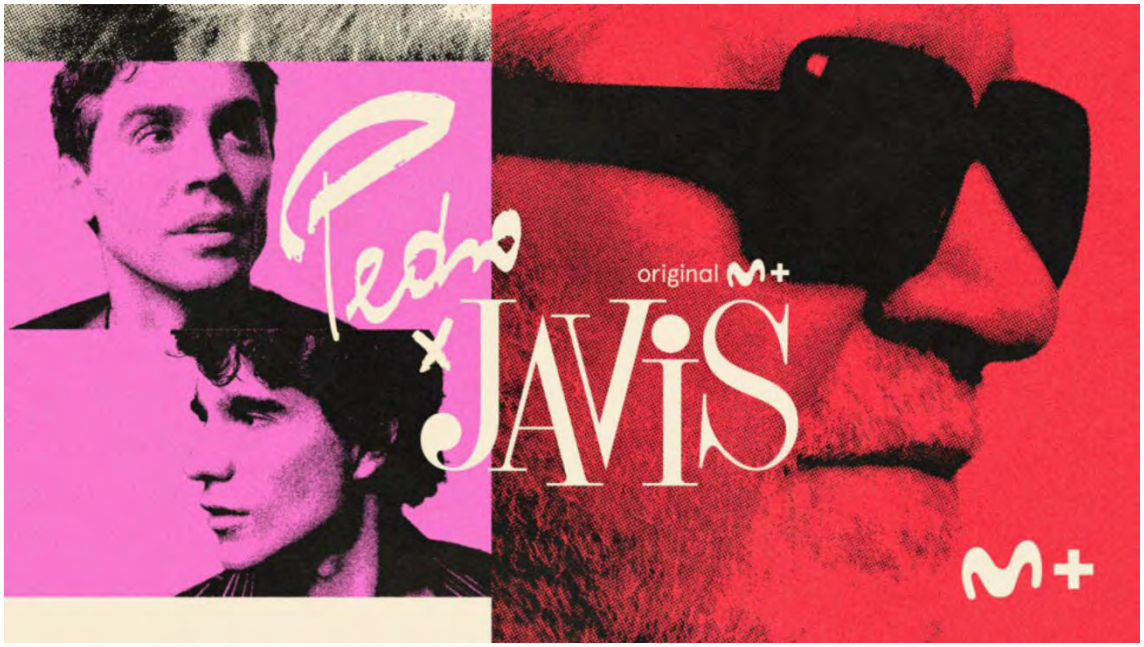
El nuevo canal de Movistar Plus+ traerá otras series y películas esperadas como *Los sin nombre*, *Antidisturbios*, *Rapa*, *El largo río de las almas*, *Crimen, de Irvine Welsh*, *Naturaleza salvaje* o *Wolfs*.

Chaplin por M+

Movistar Plus+ sigue con su apuesta por las emisoras temáticas tras la llegada de un canal exclusivo del actor Tom Cruise con motivo del estreno de *Misión imposible: Sentencia final,* ahora es el turno de Charles Chaplin.

Chaplin por M+ será el primero en llegar al catálogo de Movistar, estará disponible desde el 12 de junio hasta el 6 de julio. Este canal es un homenaje al actor con películas clásicas como *Tiempos modernos*, *El gran dictador*, *El chico* o *La quimera del oro*, entre otras.

Almodóvar por M+



Movistar se prepara para el estreno de Pedro x Javis.

Otra novedad que llega a la parrilla de Movistar Plus es *Almodóvar por M+*, un canal temático dedicado al director español. Esta emisora estará disponible desde el 19 de junio hasta el 10 de julio.

Almodóvar por M+ aterriza en la parrilla de la plataforma de streaming con motivo del estreno de Pedro x Javis, una serie original de Movistar en la que el director de cine mantiene una charla bastante íntima con Javier Ambrossi y Javier Calvo.

Crushes por M+

Movistar sigue con las sorpresas con el estreno de un canal dedicado a la Generación Z que llegará a la suscripción de 9,99 al mes el próximo miércoles 4 de junio. Esta emisora coincide con el estreno de la esperada miniserie *El camino estrecho*, un drama inspirado en la II Guerra Mundial protagonizado por Jacob Elordi.

Crushes por M+ ofrece películas y series de actores populares entre los jóvenes como Zendaya, Timothée Chalamet, Sydney Sweeney, Paul Mescal, Jeremy Allen White, Anya Taylor-Joy, Jenna Ortega o Austin Butler, entre otros.

Movistar Plus+ se refuerza con dos nuevos canales que pasan a ser gratis para siempre

Además, en junio, Movistar Plus+ incluye ración doble de canales pop que podrás ver sin coste durante el mes



Hace 18 minutos plokiko

Movistar Plus+ continúa redefiniendo su oferta televisiva y da otro paso para consolidar su propuesta disponible para clientes de cualquier operador con la incorporación gratuita y permanente de dos nuevos canales: AXN Movies y los canales musicales de Mezzo.

Esta decisión forma parte de la estrategia de la plataforma para reforzar su catálogo tras la ruptura con AMC Networks el pasado mes de enero, que supuso la pérdida de 14 canales, entre ellos también el recién estrenado VinTV con series míticas de los 90.

AXN movies y Mezzo, valorados en 8 euros, pasan a ser gratuitos

Desde la salida de AMC Networks, Movistar Plus+ ha adoptado una postura proactiva para mitigar el impacto de esta baja, apostando por enriquecer su oferta base, disponible por 9,99 euros al mes (o 13 euros si eres cliente de Movistar con deco incluido). Ya lo hizo anteriormente con la integración sin coste adicional del canal Caza y Pesca, y ahora refuerza su valor añadido con estos dos canales.



AXN Movies (dial 46), especializado en cine de acción y grandes producciones internacionales, hasta ahora requería un pago mensual adicional de 2 euros. Por su parte, Mezzo (dial 123), centrado en música clásica, ópera y jazz, tenía un coste de 6 euros al mes, pero desde el 1 de junio pasa a estar disponible sin coste extra en el paquete básico, lo que representa una mejora notable para los suscriptores más exigentes.

Esta maniobra permite a Movistar Plus+ recortar distancias con otras plataformas competidoras como Orange TV, Vodafone TV o Digi TV, que incluyen una variedad de canales por defecto más similar en sus planes básicos. Con esta incorporación, la compañía no solo compensa parcialmente la pérdida de contenidos de AMC, sino que también refuerza su atractivo frente a las alternativas del mercado.

En un contexto de creciente competencia en el ámbito de la televisión de pago, la estrategia de Movistar apunta a ofrecer más valor por el mismo precio, atrayendo tanto a nuevos clientes como fidelizando a los actuales. La decisión de hacer gratuitos y permanentes estos canales sugiere una voluntad clara de reposicionarse y mantener su liderazgo en el mercado español.

El listado de canales premium incluidos en Movistar Plus+, los que le faltan (tachados) y los que tienen coste adicional (en amarillo) son los siguientes:

CINE Y SERIES	STAR Channel	AXN	AXN Movies	WarnerBros TV	~~Canal Hollywood~~	BBC Drama ~~ama~~	TCM	Cosmo	Comedy Central
CINE Y SERIES	Calle 13	SyFy	~~Sundance~~	~~XTRM~~	~~Dark~~	~~Comos~~	~~BOM~~	RunTime	~~Cinco Verdi~~
DOCUMENTALES	National Geographic	National Geo Wild	Discovery Channel	BBC History	~~Canal Historia~~	~~Buen Viaje Odisea~~	~~Escape TV~~	~~Surf Channel~~	~~Extreme Channel~~
DEPORTES	Eurosport 1	Eurosport 2	LaLiga TV Hypermotion	LaLiga TV EA	Liga de Campeones	Iberalia	~~Cazavisión~~	Caza y pesca	Garage TV
VARIOS	BBC Food ~~canal cocina~~	BBC home ~~decasa~~	~~ama break~~	~~ama prime~~	~~Calakt~~	MTV	uBeat	BBC Top Gear	~~MyZen TV~~
INFANTILES	Disney Jr	Nickelodeon	Nick Jr	Dreamworks	~~En Familia~~	Baby TV	~~Lolly Kids~~		
MÚSICA	MTV 00s	~~MTV 90s~~	~~MTV 80s~~	~~MTV Live~~	~~MTV Hits~~	~~MTV Club~~	mezzo	~~mezzo live~~	Classica Stingray
EXCLUSIVOS	M+	Estrenos por M+	Hits por M+	Vamos por M+	Ellas Vamos por M+	Documentales por M+	Originales por M+	Deportes por M+	Golf por M+
VOD	ANX now	Warner TV now	TCM now	Universal+	Cosmo ON	~~FOX now~~	~~ama~~	~~National Geo now~~	LaLiga Sports TV

Cuatro canales pop up en junio con Movistar Plus+

Movistar Plus+ redobla su apuesta por los canales pop up este mes de junio. En lugar de los dos canales temporales habituales, la plataforma lanza una oferta especial con cuatro canales pop up que estarán disponibles durante diferentes fechas del mes, ofreciendo cine temático, homenajes a iconos del séptimo arte y contenidos pensados para el público más joven.

Thriller por M+ (desde el 26 de junio) será un canal cargado de adrenalina, suspense y giros inesperados. Dedicado al género del thriller en todas sus variantes, incluirá títulos como Los sin nombre, Antidisturbios, Rapa, El largo río de las almas, Crimen, de Irvine Welsh, La trampa, Naturaleza salvaje o Wolfs.

Chaplin por M+ (del 12 de junio al 6 de julio) rendirá homenaje a una de las figuras más emblemáticas del cine mudo y clásico. Entre las joyas de Charles Chaplin que se emitirán están Tiempos modernos, El gran dictador, El chico, Candilejas y La quimera del oro.

Todo Almodóvar por M+ (del 19 de junio al 10 de julio) celebrará la obra del cineasta manchego coincidiendo con el estreno de Pedro x Javis. El canal repasará algunos de sus títulos más reconocidos como Todo sobre mi madre, Volver, Hable con ella, La mala educación o Mujeres al borde de un ataque de nervios.

Crushes por M+ (desde el 4 de junio) estará dedicado a los ídolos de la Generación Z, con películas protagonizadas por algunos de los actores y actrices más populares del momento: Zendaya, Timothée Chalamet, Sydney Sweeney, Paul Mescal, Jenna Ortega, Jeremy Allen White, Anya Taylor-Joy o Austin Butler, entre otros.

Con esta programación especial, Movistar Plus+ amplía su oferta de entretenimiento para todos los gustos y confirma su compromiso con la variedad y la personalización en su catálogo de televisión.

27 mayo, 2025 - SatCesc.com

Movistar Plus+ lanza cuatro nuevos canales temáticos en junio

Movistar Plus+ ya tiene todo preparado para ampliar su oferta televisiva en junio con el lanzamiento de cuatro nuevos canales temáticos y temporales, cada uno con una propuesta muy clara y pensada para diferentes públicos.

Aquí te contamos qué llega, cuándo y por qué no deberías perdértelo.

1. 'Crushes por M+': la generación Z toma el control

Estreno: 4 de junio

Disponible hasta: (fecha por confirmar)

Zendaya, Timothée Chalamet, Jenna Ortega, Anya Taylor-Joy, Paul Mescal, Jeremy Allen White… ¿te suenan? Son algunos de los rostros más deseados, seguidos y admirados por la Generación Z.

Movistar Plus+ les dedica un canal completo con películas y series protagonizadas por estas nuevas estrellas del cine y la televisión. Si estás obsesionado con alguno de ellos, este canal es para ti.

2. 'Chaplin por M+': homenaje al genio del cine mudo

Estreno: 12 de junio

Disponible hasta: 6 de julio

Movistar Plus+ recupera a Charles Chaplin con un canal que repasa su legado cinematográfico. Un viaje a la época dorada del cine con títulos imprescindibles como Tiempos modernos, El gran dictador, El chico o Candilejas. Perfecto para descubrir o redescubrir al eterno vagabundo que marcó la historia del séptimo arte.

3. 'Todo Almodóvar por M+': el universo del manchego

Estreno: 19 de junio

Disponible hasta: 10 de julio

Pedro Almodóvar tendrá su propio canal con motivo del estreno de Pedro x Javis, una serie original en la que el director conversa íntimamente con Javier Calvo y Javier Ambrossi.

Durante tres semanas, podrás ver una selección de sus películas más emblemáticas y entender mejor su estilo, sus obsesiones y su impacto en el cine español e internacional.

Movistar

4. 'Thriller por M+': giros, crímenes y mucha tensión

Estreno: 26 de junio

Si lo tuyo es el suspense, los asesinatos sin resolver y los giros inesperados, este canal es para ti.

Coincidiendo con el estreno de Los sin nombre, una nueva serie original de Movistar Plus+, llega este canal que reúne lo mejor del género: Antidisturbios, Rapa, La trampa, Monk, Crimen de Irvine Welsh, Naturaleza salvaje o El largo río de las almas, entre otros.

¿Dónde verlos?

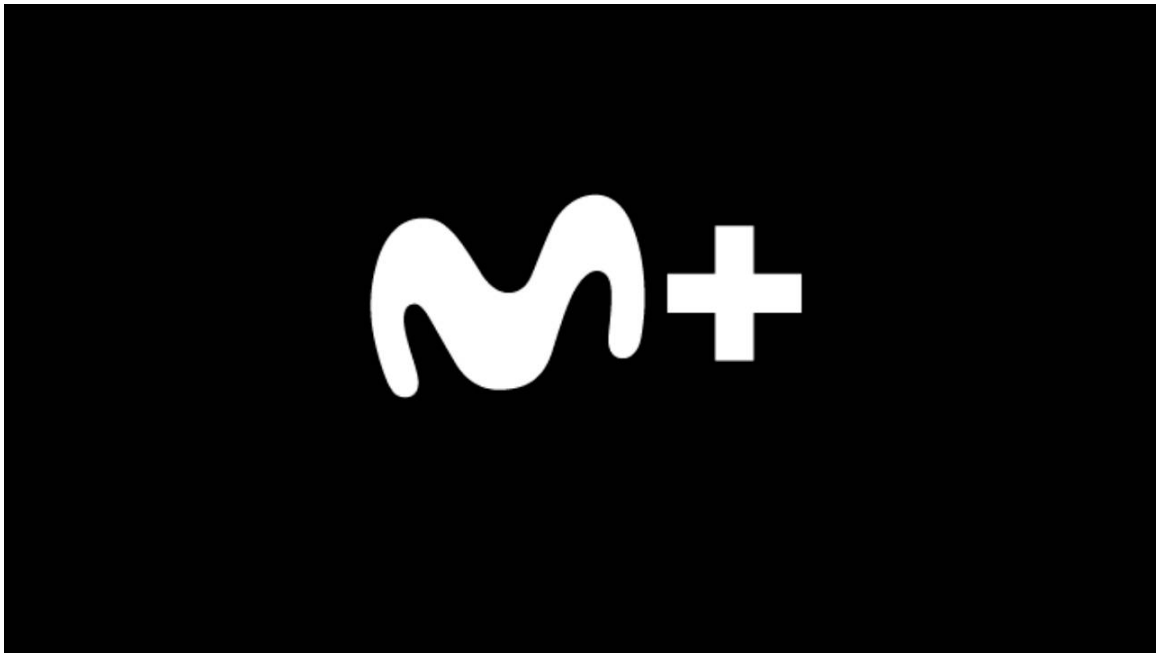
Todos estos canales estarán disponibles sin coste adicional para los abonados de Movistar Plus+ en los diales correspondientes durante el tiempo indicado.

Movistar Plus+ sigue apostando por los canales temporales temáticos como una forma de ofrecer experiencias más inmersivas, personalizadas y con contenido cuidadosamente seleccionado. Junio será un mes para disfrutar, redescubrir y engancharse.

TV Digital

Movistar Plus+ incorpora a su dial un canal que nadie se esperaba

28 de mayo de 2025



Movistar Plus+ sigue ampliando su oferta televisiva con la incorporación, tanto a su paquete básico como a su servicio de streaming, un nuevo canal que hasta ahora era un canal a la carta de suscripción a parte.

Se trata del canal Mezzo, en el dial 123, una referencia internacional en la emisión de contenidos dedicados a la música clásica, la ópera, el ballet y el jazz. Con esta incorporación, los abonados a la plataforma podrán disfrutar de producciones de alta calidad que incluyen grandes conciertos, festivales emblemáticos, actuaciones de orquestas sinfónicas de renombre, y galas de danza clásica desde los principales teatros del mundo.

Mezzo, propiedad del grupo francés Groupe Canal+, lleva más de 25 años ofreciendo programación especializada y es especialmente apreciado entre los melómanos por su cuidada selección musical y la excelencia en la producción audiovisual.

Su llegada al paquete básico de Movistar Plus+ representa un paso importante para los amantes de la música culta, que podrán disfrutar en España de retransmisiones como las del Festival de Salzburgo, el Ballet del Teatro Bolshói o las temporadas de la Filarmónica de Viena, todo ello con la mejor calidad de imagen y sonido.

La inclusión de Mezzo refuerza la apuesta de Movistar Plus+ por ofrecer una televisión para todos los gustos, integrando canales temáticos que enriquecen la experiencia del usuario más allá de las series, el deporte y el cine.

Este canal también está disponible en el dial del servicio de streaming de Movistar Plus+ que tiene un precio de 9,99€/mes y es contratable desde cualquier operador.

TV DIGITAL

Movistar Plus+ estrena el canal ideal para los amantes del cine en blanco y negro

27 de mayo de 2025



El gran dictador es una de las películas más famosas de Charles Chaplin

Movistar Plus+ sigue ampliando su oferta televisiva y anuncia el lanzamiento de un nuevo canal temático dedicado al legendario Charles Chaplin. El canal, denominado Chaplin por M+, estará disponible en el dial 18 a lo largo del mes de junio.

Este canal efímero, creado especialmente para homenajear a uno de los mayores iconos del cine, ofrecerá una cuidada selección de películas clásicas de Chaplin, incluyendo grandes obras como “Tiempos modernos”, “El chico”, “Luces de la ciudad” y “El gran dictador”. Además, el canal emitirá el documental biográfico “Chaplin. Espíritu gitano”, una producción que profundiza en la vida y obra del artista.

Chaplin por M+ será accesible también a través del servicio de streaming de Movistar Plus+, que tiene un coste mensual de 9,99€ y está disponible para usuarios de cualquier operador, permitiendo disfrutar del contenido en cualquier momento y lugar.

Este formato efímero de canales temáticos ha tenido una gran acogida anteriormente en Movistar Plus+, ofreciendo a sus abonados experiencias exclusivas y especiales por tiempo limitado.

TV DIGITAL

Movistar Plus+ estrenará el canal de cine más emocionante del año

27 de mayo de 2025



Los sin nombre se estrena en Movistar Plus+ el 26 de junio

Movistar Plus+ continúa apostando por formatos innovadores y lanza Thriller por M+, un nuevo canal temático creado especialmente para celebrar el estreno de su esperada serie original “Los sin nombre”.

Thriller por M+ ocupará temporalmente el dial 15 de la plataforma y estará dedicado íntegramente al género thriller, ofreciendo una selección destacada de películas, series y contenido relacionado que promete mantener en vilo a los espectadores.

Este canal efímero tiene como objetivo enriquecer la experiencia del usuario alrededor del lanzamiento de “Los sin nombre” el próximo 26 de junio, la nueva producción original que promete ser uno de los grandes éxitos de la temporada, combinando intriga, suspense y tramas que atrapan.

Movistar Plus+ ya ha utilizado previamente este formato con gran éxito para otras producciones, convirtiendo la creación de canales pop-up en una práctica muy bien recibida por sus abonados, quienes disfrutan así de una experiencia televisiva más completa y temática. Además, el canal estará también disponible en el servicio de streaming que Movistar Plus+ ofrece por 9,99€/mes sin importar cual sea tu operador de Internet.

Thriller por M+ estará disponible solo por tiempo limitado, por lo que los usuarios deben aprovechar esta oportunidad única para sumergirse en lo mejor del suspense y misterio que Movistar Plus+ tiene para ofrecer, donde podrán verse películas como Longlegs, Múltiple, Calma Total, Zodiac, y series españolas como Antidisturbios o Todos mienten.

IndieWire

CANNES

2025 Cannes Critics Survey: The Best Films and Performances, as Picked by 48 Critics

Cannes: Once again, the critics we polled stayed very close to the results of the jury, led this year by Juliette Binoche, with Competition titles dominating IndieWire's results.

By Christian Blauvelt May 28, 2025



Last year, in IndieWire's 2024 Cannes Critics Survey, there was startling unanimity, with Sean Baker's "Anora" winning Best Film, Best Screenplay, and Best Director. The 2025 Critics Poll couldn't be less unanimous, with different films topping each of those categories this time. (Read the IndieWire's staff's own picks for the best films of Cannes 2025 here.) Even though the 48 critics who voted, representing four continents, largely overlapped with those who voted last year (see Page 2 for the list of all who participated), they seemed insistent upon spreading the wealth this time. For instance, Bi Gan's "Resurrection" topped the Best Director voting, without appearing at all on the Best Film or Best Screenplay lists.

Best Film in this 2025 edition of the Cannes Critics Survey went to Oliver Laxe's "Sirât," the French-Spanish co-production filmed in Morocco about a father searching for his daughter, who goes missing while attending a music festival in the southern part of that country. Widely hailed as beguiling, unexpected, and unlike anything else, "Sirât" also had Pedro Almodóvar as a producer. It was not a runaway win, though: Of the 48 voters, 11 named it Best Film, with 10 votes going to Jafar Panahi's "It Was Just an Accident," and Joachim Trier's "Sentimental Value" getting nine. The voters were not all of one mind this year.

"Sirât" was one of Neon's three pickups from the festival itself for North America — along with "It Was Just an Accident" and Kleber Mendonça Filho's "The Secret Agent — and in addition to the multiple titles it had acquired prior to the festival, such as Trier's "Sentimental Value," which IndieWire's Anne Thompson thinks will be an Oscar contender in multiple categories. Needless to say, Neon is well represented on the list of films below.

As are Competition titles overall. And among those, the winners Juliette Binoche's jury picked are represented even more still. Of the top five named in Best Film below, all received an award: "Sirât" and "Sound of Falling" tied for the Cannes Jury Prize. Runner-up on our survey, "It Was Just an Accident," of course won the Palme d'Or itself. "Sentimental Value," which also topped our Best Screenplay list, won the Grand Prix. And "The Secret Agent" won Best Director for Kleber Mendonça Filho.

The one major point of deviation was the jury's Best Screenplay winner, Jean-Pierre and Luc Dardenne's "Young Mothers," not appearing anywhere in our top five for that category.

Only three titles from a section other than Competition appear below: The Un Certain Regard entries "Urchin," Harris Dickinson's debut feature that topped our Best First Film list, "My Father's Shadow," and "Pillion." And only one film from any of the parallel sections is represented below, the Directors' Fortnight title "The President's Cake," which also won the Camera d'Or and placed second on our best first film list.

Read the winners in every category below.

BEST FILM

1. "Sirât," Oliver Laxe

2. "It Was Just an Accident," Jafar Panahi

3. "Sentimental Value," Joachim Trier

4. "Sound of Falling," Mascha Schilinski

5. "The Secret Agent," Kleber Mendonça Filho

BEST SCREENPLAY

1. "Sentimental Value," Eskil Vogt and Joachim Trier

2. "The Secret Agent," Kleber Mendonça Filho

3. “Two Prosecutors,” Sergei Loznitsa

4. “It Was Just an Accident,” Jafar Panahi

5. “Sirât,” Santiago Fillol and Oliver Laxe

BEST DIRECTOR

1. “Resurrection,” Bi Gan

2. “It Was Just an Accident,” Jafar Panahi

3. “The Secret Agent,” Kleber Mendonça Filho

4. “Sound of Falling,” Mascha Schilinski

5. “Die My Love,” Lynne Ramsey

BEST FIRST FILM

1. “Urchin,” Harris Dickinson

2. “The President’s Cake,” Hasan Hadi

3. TIE: “Pillion,” Harry Lighton/”My Father’s Shadow,” Akinola Davies, Jr.

World of Reel
- Your place for alternative movie news -

‘Sirât' Tops Cannes Critics Poll

May 28, 2025 Jordan Ruimy



Last year’s Cannes Critics Survey at IndieWire saw near-total agreement: Sean Baker’s Anora swept Best Film, Director, and Screenplay. I voted in this year’s survey, and the results truly reflect how divided the critical response was—no clear consensus, just a vibrant mix of perspectives. This year’s survey, with 48 critics weighing in from around the world, produced three entirely different winners in the top categories. The consensus? There is none.

Taking the top spot — and my personal pick — for Best Film was Oliver Laxe’s “Sirât.” The film, about a father searching for his daughter after she disappears during a music festival, was both haunting and refreshingly unpredictable. “Sirât” led the vote, but just barely—11 critics named it their favorite, with Jafar Panahi’s “It Was Just an Accident” earning 10 votes, and Joachim Trier’s “Sentimental Value” close behind with nine.

Harris Dickinson's debut "Urchin" won the Best First Film category, with "My Father's Shadow," and "Pillion," all from Un Certain Regard, trailing close behind. And from the parallel sections, only one film managed to break through— "The President's Cake," which won the Camera d'Or and finished second on the first film list. Critics got it right, "Urchin" and 'President's Cake' were the best first films I saw at Cannes.

BEST FILM

1. "Sirât," Oliver Laxe
2. "It Was Just an Accident," Jafar Panahi
3. "Sentimental Value," Joachim Trier
4. "Sound of Falling," Mascha Schilinski
5. "The Secret Agent," Kleber Mendonça Filho

BEST SCREENPLAY

1. "Sentimental Value," Eskil Vogt and Joachim Trier
2. "The Secret Agent," Kleber Mendonça Filho
3. "Two Prosecutors," Sergei Loznitsa
4. "It Was Just an Accident," Jafar Panahi
5. "Sirât," Santiago Fillol and Oliver Laxe

BEST DIRECTOR

1. "Resurrection," Bi Gan
2. "It Was Just an Accident," Jafar Panahi
3. "The Secret Agent," Kleber Mendonça Filho
4. "Sound of Falling," Mascha Schilinski
5. "Die My Love," Lynne Ramsay

BEST FIRST FILM

1. "Urchin," Harris Dickinson
2. "The President's Cake," Hasan Hadi
3. TIE: "Pillion," Harry Lighton
3. TIE: "My Father's Shadow," Akinola Davies, Jr.

CAIMAN
CUADERNOS DE CINE
Revista mensual especializada de crítica y de Historia del cine, en papel y en versión digital



Alternativas de fuga

Jara Yañez, 28 mayo, 2025

Los acontecimientos de la actualidad cinematográfica, pero también los de la vida, han querido que, de un modo u otro, la muerte sea protagonista en nuestro número de junio. Y es que despedimos a dos compañeros y amigos: el programador, escritor y músico Fran Gayo y el cineasta Jaime-Ahmad Natche, cuyos prematuros y funestos fallecimientos nos llevan a los textos que les dedican Álvaro Arroba y Manuel Asín, respectivamente. Pero además, Sirât, de Oliver Laxe y Tú me abrasas, de Matías Piñeiro, las dos películas que destacamos de entre los estrenos en salas de junio, contienen en su esencia una valiosa y siempre punzante reflexión sobre el tránsito, sobre la idea de final. Pero… ¿cómo escribir aquí sobre la muerte?

"La muerte no es un fin en sí mismo, sino un medio para sentir con más fuerza la vida", dice Oliver Laxe en la entrevista que publicamos a propósito de la llegada a las salas, después de su paso por la Sección Oficial de Cannes, de su película. En ella el sirât del título, ese puente que según el islam cruza el abismo del infierno para conectar con el paraíso y que todos deben atravesar, a riesgo de caer, al morir, encuentra una poderosa conexión con la cultura rave. Y así la danza, como forma de trance, se convierte también en mecanismo liberador frente a lo siempre imprevisible, desconcertante, enigmático e incluso misterioso y doloroso

del mundo. Una idea de evasión que conduce, a su vez, a la del viaje (sensorial y físico) y a la de la búsqueda, el peregrinaje y el encuentro con el otro como alternativas de refugio posibles. En Tú me abrasas por su parte, una película que se basa libremente en La espuma de las olas, uno de los capítulos del libro Diálogos con Leucó (1947) de Cesare Pavese (cuyo suicidio forma parte también del propio film), se explica cómo las muertes en el mar de la ninfa Britomartis y de la poetisa Safo pueden ser leídas como un mecanismo de salvación, como el único modo posible que encontraron para ser por fin ellas mismas: la muerte entonces como un gesto en intrínseco diálogo con la huida, pero también con el amor y el deseo. Y quizás entonces así, arropados por estas ideas, podemos presentar este número de Caimán CdC como una apuesta, en el fondo, intensa y enérgicamente vitalista.

También porque quizá hay algo en todo esto que nos conecta con un cierto 'espíritu de la época' (ese zeitgeist que se suele decir), del que el cine se hace eco (otra vez la vida y el cine), y que tiene que ver con la impresión de habitar hoy un mundo al borde del abismo. Desde un territorio expresivo opuesto, al menos en apariencia, hay de hecho algo de esto a su vez en Misión: Imposible – Sentencia final, la nueva entrega de la saga, que también se estrena este mes después de su paso por Cannes. La película de Christopher McQuarrie se desarrolla no por casualidad a partir del peligro inminente de una guerra mundial sin fin, de una humanidad en permanente amenaza de destrucción atómica total, bajo el dominio de una IA (la Entidad, ese algoritmo sumamente avanzado creado para hackear sistemas y controlar la información global) que se ha hecho con el control y en la que, curiosamente, la salvación pasa por una 'desconexión' total. La resolución está en manos, claro está, de la figura 'mesiánica' (como dice Àngel Quintana) y acrobática de Ethan Hunt (es el cine de atracciones). Y quizá por eso, porque es la única respuesta que el cine comercial es capaz de ofrecer frente a la complejidad del mundo de hoy, hablamos de la decadencia del blockbuster. Pero también por eso volvemos aquí a las películas de Laxe y Piñeiro que, de manera mucho más sutil, apenas sugerida, ofrecen otras respuestas posibles. En un momento de Sirât uno de sus protagonistas canta Le Déserteur, aquel tema de Boris Vian que denunciaba la inutilidad, el horror, pero también la vanidad de la guerra. Mientras, en Tú me abrasas el acto creativo (en un film que reflexiona sobre su propio proceso de gestación), el lenguaje y sobre todo, la poesía, se convierten en esos puntos de fuga desde los que la 'deserción' puede convertirse, efectivamente, en un buen lugar donde resguardarnos.

Jara Yáñez

La Ventana | Ocio y cultura

Boyero, deslumbrado con la película española que ha triunfado en Cannes: "Cine hipnótico"

Lo último de Oliver Laxe ha deslumbrado en el festival de cine más prestigioso del mundo



Miguel Galindo @gaaal_11 Cadena SER28/05/2025 - 18:58 CEST

Oliver Laxe ha impactado en Cannes con el subversivo thriller Sirât, ganador del Gran Premio del Jurado en el Festival de Cannes. Una película en la que un hombre y su hijo llegan a una rave perdida en el sur de Marruecos para buscar a su hija y hermana Mar, desaparecida desde hace meses en una fiesta sin fin. Allí mismo deciden seguir a un grupo de raveros en búsqueda de la última fiesta en el desierto en la que pueden encontrar a la joven desaparecida.

La cinta del gallego ha dejado tocados a Carlos Boyero y Carles Francino. "Se puede definir con la palabra brutal, simplemente brutal", ha reconocido el presentador de 'La Ventana'. El periodista ha contado que un día después de verla le llamó el crítico en medio del programa para decirle que le había encantado también. "Me dijiste que Sirât es cine hipnótico", ha indicado Francino sobre las palabras de Boyero.

"A mí por lo menos me lo pareció", comenta el crítico, algo que Francino ha apoyado. "Me la definiste como brutal y tiene imágenes brutales, es una película en la que estoy todo el rato dentro", ha sentenciado Boyero sobre lo último de Oliver Laxe, que se estrena el próximo 6 de junio en los cines españoles. "Tiene imágenes con un poderío", ha comentado Boyero.

El director de 'O que arde' vuelve a sorprender y esta vez se mete en el bolsillo al jurado del festival de cine más prestigioso del mundo, que finalizó este domingo con 'A simple accident' del iraní Jafar Panahi como gran triunfadora ganando la Palma de Oro. El brasileño Wagner Moura se coronó como mejor actor y la francesa Nadia Melliti fue elegida como mejor intérprete.

CAIMAN
CUADERNOS DE CINE
Revista mensual especializada de crítica y de Historia del cine, en papel y en versión digital



Alternativas de fuga

Jara Yañez, 28 mayo, 2025

Los acontecimientos de la actualidad cinematográfica, pero también los de la vida, han querido que, de un modo u otro, la muerte sea protagonista en nuestro número de junio. Y es que despedimos a dos compañeros y amigos: el programador, escritor y músico Fran Gayo y el cineasta Jaime-Ahmad Natche, cuyos prematuros y funestos fallecimientos nos llevan a los textos que les dedican Álvaro Arroba y Manuel Asín, respectivamente. Pero además, Sirât, de Oliver Laxe y Tú me abrasas, de Matías Piñeiro, las dos películas que destacamos de entre los estrenos en salas de junio, contienen en su esencia una valiosa y siempre punzante reflexión sobre el tránsito, sobre la idea de final. Pero… ¿cómo escribir aquí sobre la muerte?

"La muerte no es un fin en sí mismo, sino un medio para sentir con más fuerza la vida", dice Oliver Laxe en la entrevista que publicamos a propósito de la llegada a las salas, después de su paso por la Sección Oficial de Cannes, de su película. En ella el sirât del título, ese puente que según el islam cruza el abismo del infierno para conectar con el paraíso y que todos deben atravesar, a riesgo de caer, al morir, encuentra una poderosa conexión con la cultura rave. Y así la danza, como forma de trance, se convierte también en mecanismo liberador frente a lo siempre imprevisible, desconcertante, enigmático e incluso misterioso y doloroso

del mundo. Una idea de evasión que conduce, a su vez, a la del viaje (sensorial y físico) y a la de la búsqueda, el peregrinaje y el encuentro con el otro como alternativas de refugio posibles. En Tú me abrasas por su parte, una película que se basa libremente en La espuma de las olas, uno de los capítulos del libro Diálogos con Leucó (1947) de Cesare Pavese (cuyo suicidio forma parte también del propio film), se explica cómo las muertes en el mar de la ninfa Britomartis y de la poetisa Safo pueden ser leídas como un mecanismo de salvación, como el único modo posible que encontraron para ser por fin ellas mismas: la muerte entonces como un gesto en intrínseco diálogo con la huida, pero también con el amor y el deseo. Y quizás entonces así, arropados por estas ideas, podemos presentar este número de Caimán CdC como una apuesta, en el fondo, intensa y enérgicamente vitalista.

También porque quizá hay algo en todo esto que nos conecta con un cierto 'espíritu de la época' (ese zeitgeist que se suele decir), del que el cine se hace eco (otra vez la vida y el cine), y que tiene que ver con la impresión de habitar hoy un mundo al borde del abismo. Desde un territorio expresivo opuesto, al menos en apariencia, hay de hecho algo de esto a su vez en Misión: Imposible – Sentencia final, la nueva entrega de la saga, que también se estrena este mes después de su paso por Cannes. La película de Christopher McQuarrie se desarrolla no por casualidad a partir del peligro inminente de una guerra mundial sin fin, de una humanidad en permanente amenaza de destrucción atómica total, bajo el dominio de una IA (la Entidad, ese algoritmo sumamente avanzado creado para hackear sistemas y controlar la información global) que se ha hecho con el control y en la que, curiosamente, la salvación pasa por una 'desconexión' total. La resolución está en manos, claro está, de la figura 'mesiánica' (como dice Àngel Quintana) y acrobática de Ethan Hunt (es el cine de atracciones). Y quizá por eso, porque es la única respuesta que el cine comercial es capaz de ofrecer frente a la complejidad del mundo de hoy, hablamos de la decadencia del blockbuster. Pero también por eso volvemos aquí a las películas de Laxe y Piñeiro que, de manera mucho más sutil, apenas sugerida, ofrecen otras respuestas posibles. En un momento de Sirât uno de sus protagonistas canta Le Déserteur, aquel tema de Boris Vian que denunciaba la inutilidad, el horror, pero también la vanidad de la guerra. Mientras, en Tú me abrasas el acto creativo (en un film que reflexiona sobre su propio proceso de gestación), el lenguaje y sobre todo, la poesía, se convierten en esos puntos de fuga desde los que la 'deserción' puede convertirse, efectivamente, en un buen lugar donde resguardarnos.

Jara Yáñez

CRÓNICA



Urtasun 'se cuela' en el preestreno de 'Sirat'

EN VOZ BAJA

Urtasun 'se cuela' en el preestreno de 'Sirat'

29 mayo 2025

Hace una semana, el ministro de Cultura, Ernest Urtasun, asistió a la proyección de la nueva película de Carla Simón, Romería, en el Festival de Cine de Cannes. El político mostraba así el apoyo del Gobierno español a una cineasta catalana que debutaba, por primera vez, en la Sección Oficial del certamen de cine más prestigioso del mundo.

Días más tarde, otro realizador español que competía por el máximo galardón de Cannes, Oliver Laxe, se hacía con el Premio del Jurado por su nueva cinta, Sirat. El film compartió el reconocimiento con Sound of Falling, de la alemana Mascha Schilinski.

El ministro no asistió al pase que se celebró en la ciudad francesa el pasado 16 de mayo, durante el Festival de Cannes, pero no ha perdido el tiempo en reparar la situación.

Sin esperar al estreno de Sirat, previsto para el 6 de junio, Urtasun no ha dudado en colarse al preestreno de la película que ha tenido lugar en Barcelona este 28 de mayo. Además, no en un pase cualquiera.



Ernest Urtasun en el cine

Este pasado miércoles, el portavoz de Sumar se ha acercado a los cines Mooby Aribau, donde se ha celebrado este evento abierto al público y que contaba con la presencia de buena parte de los responsables del film.

Oliver Laxe, Sergi López, el joven actor Bruno Núñez y el coguionista de la cinta, Santiago Fillol, se han acercado a esta sala del centro de Barcelona para presentar al público asistente la premiada Sirat. Y allí que ha ido Urtasun.



Oliver Laxe, Santiago Fillol, Sergi López y el equipo de 'Sirat' presentan la película en Barcelona

No lo ha hecho a la primera sesión de las 20h, que colgó el cartel de “entradas agotadas” el pasado lunes. El Ministro ha tenido que acudir a un segundo pase que se habilitó debido al éxito de público.

Así, los asistentes al pase de las 20.15h de Sirat, han visto como, minutos antes de que entrara el equipo de la película, el ministro hacía acto de presencia en la sala. No para hablar o posar con el director y sus actores, sino para sentarse en el patio de butacas, como un espectador más, mezclado entre el público.



A pesar de que Urtasun ha evitado pasar desapercibido, no han sido pocos los que han reconocido al Ministro y le han sacado algunas fotos. Y, por si fuera poco, cuando Oliver Laxe ha cogido el micro para presentar la película, no ha dudado en agradecer la presencia del político en la sala.

Durante la proyección, Urtasun ha estado atento a la pantalla y se le ha visto disfrutar de la cinta. Tanto es así que, al acabar la película, se ha sumado a los aplausos del público a la película de Laxe.

La cinta, protagonizada por el actor catalán Sergi López, cuenta la historia de un padre y un hijo que viajan a Marruecos para encontrar a su hija y a su hermana. En esta búsqueda, dominada por la música electrónica, no sólo se meterán en el mundo de las fiestas raves y en el desierto marroquí, también en una especie de camino hacia una libertad no explorada y no exenta de dolor.

La propuesta ha enamorado a los miembros del jurado de la 78a edición del Festival de Cine de Cannes que, este año, estaba presidido por la actriz Juliette Binoche. A Urtasun, también parece que le ha conquistado.



CRÓNICA

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-93
AVE: 84064 €
ÁREA: 23248 CM² - 592%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025



LAS BERROCAL estrenan su esperado documental

"Es la realidad absoluta de nuestro día a día", explico Vicky en la presentación. Las cuatro mujeres, vestidas de Victoria, estuvieron arropadas por grandes amigos. Además, la diseñadora quiso aclarar sus polémicas palabras sobre su ex, Manuel Díaz.



"ME HE QUEDADO FLIPADO"

Así se expresó Manuel Díaz en "TardeAR" cuando escuchó las palabras que le había dedicado Vicky, que aseguró que había sufrido mucho durante el tiempo que estuvieron juntos. "En todos los matrimonios se sufre y se ama, pero creo que se ha sacado de contexto. Evidentemente, cuando te separas sufres. Yo también sufrí... Si ha sufrido, lo siento. Yo sólo espero que encuentre a una persona que le haga tan feliz como me hace a mí Virginia", explicó.

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-93
AVE: 84064 €
ÁREA: 23248 CM² - 592%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025



Rocío, Victoria, Vicky y Alba, todas ellas vestidas de Victoria Colección, la firma de Vicky.

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-93
AVE: 84064 €
ÁREA: 23248 CM² - 592%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025



Es uno de los clanes patrios más queridos, y ahora las cuatro mujeres que lo forman –Victoria, Vicky, Rocío y Alba– se muestran sin tapujos en "Las Berrocal", un docureality de Movistar+. Durante su presentación en Madrid, las protagonistas llegaron como si fueran las mismísimas Kardashian, con un estilismo espectacular, vestidas –cómo no– de Victoria Colección. Todas ellas están muy contentas con el resultado y destacaron que el documental no maquilla nada de su vida. "No se ha quitado ninguna pelea, ¿sabes? Lo que se ve es lo que hay", aseguro Vicky.

Además, aprovechó la presencia de la prensa para disculparse con su exmarido por las palabras que dijo en "El Hormiguero". "He sufrido con todos los hombres. Con Manuel también", contó. El extorero confesó estar "alucinado" y por eso Vicky matizó sus declaraciones. "Le pido disculpas a Manuel. Él me conoce, sabe que eso no fue lo que quise decir. Yo sufría sola. No necesitaba que nadie me hiciera nada. Venía de una mochila de dolor. Él es uno de los grandes amores de mi vida. Es el padre de la única hija que tengo, es mi familia. Yo no puedo desvincularme de eso. Jamás", aseguró.



Carmen Lomana aseguró estar soltera, aunque "siempre hay algo por ahí".



Boris Izaguirre: "Vicky es una de las personas que más admiro".



Juan Avellaneda, feliz tras superar sus problemas de salud.

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-93
AVE: 84064 €
ÁREA: 23248 CM² - 592%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025





Lola Lolita estrenará en breve la segunda edición de Lola Lolita Land, su parque de atracciones.

Carla Pereyra fue la más atrevida de la noche con este original vestido marrón.

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-93
AVE: 84064 €
ÁREA: 23248 CM² - 592%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025





Dulceida aseguró que las Berrocal "son un torbellino y muy de verdad".



Alexandra Pereira, en su primer acto público tras ser madre, hace tan solo un mes.



Jedet no podía faltar, es íntima amiga de Vicky desde hace años.

ROCÍO MARTÍN: "HE IDO A MUCHOS PSICÓLOGOS, PERO MI HERMANA HA SIDO MI MEJOR TERAPIA"

"Las Berrocal" se compone de cuatro episodios y dicen que la matriarca del clan, Victoria Martín Serrano, es la auténtica protagonista. Su historia, sin duda, es para contarla. Nació en 1947 en Huelva y formó una familia con su gran amor, José Luis Martín Berrocal, estando él casado con otra mujer, y con la que también tuvo hijos. "Me dijeron que querían hacer un docu y yo les dije que ni loca, pero bueno. Luego lo acepté porque, además, me ha venido muy bien. He salido de mi zona de confort. Me he movido más, he salido más, he bebido más (risas). Me ha dado vida. No me ha costado hablar

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-93
AVE: 84064 €
ÁREA: 23248 CM² - 592%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025





La piloto Carmen Jordá trabaja como consultora para Tom Cruise.

de la doble vida de mi marido porque mujeres como yo hay millones", desveló.

El novio de Alba pinchó

Para acompañar a la familia, estuvieron grandes amigos como Boris Izaguirre, Mariola Orellana, Jedet o el diseñador Juan Avellaneda. Por cierto, Marcos Terrones, novio de Alba, fue el encargado de poner música en el evento.

DM/Fotos: Agencias

Íntimas de LAS BERROCAL

Mariola Orellana fue la que tuvo la idea del docureality, y acudió a la cita con su hija Marina Carmona.

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 28900 €
ÁREA: 2672 CM² - 200%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025



El diario de Jorge Javier



Una de las grandes frases de Alba Díaz en 'Las Berrocal' es: "¿Vosotras sabéis lo que es ser hija de famosos en un colegio de Dos Hermanas?". Es drama psicológico en estado puro".

"Alba, la hija de Vicky, es todo un hallazgo"



El sábado por la tarde veo 'El ministro de propaganda', una película sobre Joseph Goebbels. No es un peliculón pero nunca está de más recordar la barbarie que supuso el nazismo. La película acaba con una reflexión de Primo Levy, superviviente de Auschwitz: "Ocurrió. En consecuencia, puede volver a ocurrir. Puede ocurrir, y puede ocurrir en cualquier lugar". De hecho, está ocurriendo. En Gaza. A muy pocas horas de avión. Pero el asunto no nos quita el sueño. Salía Martínez Almeida el viernes en La Sexta y explicaba con tintes pedagógicos que las guerras son muy malas pero que tienen sus reglas. Y que quizás a Israel se le estaba yendo un poco la mano. Creo que fue Iñaki, el presentador de 'Más Vale Tarde', el que le dijo que no le iban a entretener mucho porque sabían que tenía que ir a ver a Roca Rey a Las Ventas. También fueron Isabel Díaz Ayuso, Victoria Federica, Nuria González. Todas de punta en blanco. Ellos, los que fueran, con americana y corbata. Se conoce que hay dress code para celebrar la agonía y muerte de un animal. Me removió la película sobre Goebbels. Maestro de la propaganda, el nazismo intentó ocultar al mundo la brutalidad que estaba llevando a cabo. Lo de escandalizarse vino después. Ahora somos conscientes, casi al instante, de los crímenes que

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 52-53
AVE: 28900 €
ÁREA: 2672 CM² - 200%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025



"Montoya me sigue haciendo gracia, aunque entiendo a los que están saturados"

se cometen. Pero ya cada vez nos escandalizamos menos. La vida sigue: vamos al cine, intentamos pasárnoslo bien y hasta maquinamos vacaciones de ensueño. **Hemos aceptado que hay criminales sueltos y cambiamos de canal cuando se muestran imágenes de hambruna y necesidad.** Ya lo dice el tango: "Que el mundo fue y será una porquería, ya lo sé". No hace mucho escuché a Maruja Torres en una entrevista: "Cada tres generaciones, una sociedad se suicida porque olvida lo que pasó". Según la teoría de Maruja, nos toca pronto. Si es que no hemos empezado a hacerlo ya. Dentro de no mucho tiempo, cuando alguien más joven nos pregunte qué hicimos por Gaza, solo podremos mirar para otro lado y cambiar rápidamente de conversación. Porque no hicimos nada. O tan poco, que de nada sirvió. Bueno, sí: debatir sobre la participación de Israel en Eurovisión.

VICKY NO DEFRAUDA

La semana pasada escribí sobre el reality de 'Las Berrocal' basándome en un trailer que había sacado Movistar. Pues bien: ya he visto el primer capítulo. En cuanto lo estrenaron. Y me ha gustado mucho más de lo que imaginaba. Está muy cuidado, muy bien contado. Gran trabajo detrás las cámaras. Y delante, lo imaginado. Vicky no defrauda. Está imposible en cada escena. Durante el primer capítulo nos confiesa que le está ocultando a su familia que quiere volver al mundo de la moda flamenca. Escrito así parece que para desempeñar esta tarea deba asesinar a cientos de miles de personas, tan trascendente y enigmática se pone ella. Veremos en qué acaba todo, pero se está hinchando tanto el globo que como nadie se desmaye cuando comparta semejante información con su familia me voy a sentir estafado. La hermana de Vicky bien y la hija es todo un hallazgo. Una de sus grandes frases: "¿Vosotras sabéis lo que es ser hija de famosos en un colegio de Dos Hermanas?". La pronuncia delante de su madre, su tía Rocío y su abuela. Nadie habla, todas callan. Queda la duda y los espectadores nos ponemos en lo peor. Qué fatiga. Drama psicológico en estado puro. Pero en realidad sobre quien de verdad quiero escribir es sobre Victoria, la madre de Vicky. No la tenía yo calada y me ha encantado. No se puede estar más natural ante la cámara. En cuanto aparece eclipsa al resto del reparto. Por su sencillez. Por su manera de expresarse, tan clara y rotunda. Hay una escena preciosa en la que se la ve tumbada en una hamaca de la terraza de un hotel fumando con una elegancia a lo estrella de Hollywood. Mirando al infinito, absorta en sus pensamientos. **La madre de Vicky engancha. E intuyo que irá creciendo todavía más en los próximos capítulos.** Qué bonito todo lo que sucede en su casa de El Rocío. Costumbrismo de alta costura.

NO TENGO FAVORITO

Comienza la recta final de 'Supervivientes'. Cuidado porque a partir de ahora vienen curvas. Los concursantes empiezan a verse como finalistas y los familiares se ponen tan nerviosos como ellos. Entramos ahora en una fase del concurso muy adictiva porque después de tres meses les has cogido tanto cariño a los participantes que cualquiera te viene bien como ganador. O al menos eso pasa cuando las ediciones han sido vibrantes. Y esta, también lo ha sido. Cualquiera de los que están ahí merecen llegar a Mediaset en helicóptero, que es el sueño de todo el que se presenta. Me gustan todos. No tengo favorito. Ya iré escribiendo sobre ellos más detenidamente cuando se acerque la final pero no puedo evitar dar ya unas pinceladas. Me ha sorprendido para muy bien Damián, que podría haberse hecho el tapado durante todo el concurso pero ha optado por arriesgar y entrar de lleno en la dinámica del reality. Se lo agradezco. **Qué concurso tan inteligente está haciendo Pelayo, entregándose al máximo en las pruebas y sorteando con templanza los inconvenientes de la convivencia.** Nota: tenemos que hacer todo lo posible para que se quede en Mediaset Elena, la madre Pelayo. Me encanta tenerla en los platós porque no tiene filtro. Es transparente y combativa. Una auténtica bomba de relojería. Pelayo me dijo el jueves que el movimiento de tetas de Montoya solo me hacía gracia a mí. Lo reconozco. Montoya me sigue haciendo gracia. Mucha. También entiendo a aquellos que están un poco saturados de él, pero para mí pesa más todo lo que nos ha dado. Me parecería muy poco respetuoso tirar al personaje una vez usado. Merece que, una vez finalizado el concurso, le acompañemos en el proceso de asimilación de todo lo vivido. Por cierto: con todo esto no quiero decir que deseo que gane el concurso. Todavía no tengo favorito. Queda mucho partido.



"Hay que hacer todo lo posible para que la madre de Pelayo se quede en Mediaset tras 'Supervivientes'".

Síguelo en www.lecturas.com

EL ESPAÑOL

EL ADELANTO

EN PRIMICIA

A solas con Vicky Martín Berrocal: "A los 14 años tenía la talla 44 y no existía en algunas tiendas. Eso te hace daño"

EL ESPAÑOL ha acudido a un agradable encuentro íntimo con la diseñadora, que ha tenido lugar en los espacios de Victoria Colección.

Cristina Brunetti · 28 mayo, 2025

A las 11:15 horas de este pasado miércoles, 28 de mayo, Vicky Martín Berrocal (52 años) llegaba a su tienda de Madrid, ubicada en plena Milla de Oro. Concretamente en el número 49 de la calle Velázquez. Un espacio que inauguró en septiembre de 2024 y con el que ella siempre soñó, tal y como ha relatado en un agradable encuentro al que ha acudido EL ESPAÑOL.

Vicky Martín Berrocal ha abierto las puertas de su tienda a la prensa y a un grupo dedicado al sector nupcial. ¿El motivo? Presentar su nueva colección de novias, Terra, un homenaje a sus orígenes y principios, pero con una amplia variedad para vestir a cualquier mujer en uno de los días más importantes de su vida. Sin importar la talla ni el estilo. En Victoria Colección hay espacio para todas.

Para un momento tan especial e íntimo -que asegura que va a repetir cada vez que pueda-, la diseñadora ha deslumbrado con un nuevo look: la melena corta, a la altura de los hombros. Como estilismo, un clásico y elegantísimo traje de pantalón y blazer en color negro, que ha completado con una camiseta básica blanca.



Detalles de la nueva colección 'bridal' de Victoria. EL ESPAÑOL

"Así me casaría yo... Que no me voy a casar", ha comenzado diciendo en una suerte de discurso que se ha extendido por una hora y tras saludar, uno a uno, a quienes se encontraban en la planta baja de su tienda, dedicada a las futuras novias. En este punto, Vicky, que empezó hace 20 años en la industria de la moda, ha señalado uno de sus diseños.

"Queríamos tener un homenaje a lo que somos. A las raíces. Yo este año estoy enfocada en 'de dónde venimos y quiénes somos'. Para mí era importante que tuviese mucho que ver con lo que estoy haciendo por otro lado", ha explicado la diseñadora onubense con un guiño a sus exitosos proyectos.

La presentación de su nueva colección bridal ha coincidido con la proyección de su documental, Las Berrocal, en el que junto a su madre, Victoria (78); su hermana Rocío (43) y su hija, Alba (25), habla como nunca de la historia de su familia.

"Esto somos y hay que defender lo que somos", ha insistido la diseñadora mientras hacía un repaso por los vestidos nupciales que tiene expuestos en su tienda de Madrid. Entre ellos, el que lució Dulceida (35) en la presentación de su documental el pasado mes de abril.



Vicky Martín Berrocal, en un íntimo encuentro en su tienda de Madrid. EL ESPAÑOL

Sentirse bien con uno mismo es, si cabe, una de las máximas de Vicky Martín Berrocal cuando se trata de vestir a una novia o invitada. "En la vida tenemos que hacer lo que queramos, independientemente de si le gusta o no al que está al lado", ha defendido.

A lo largo de la charla, Vicky ha contado un sinfín de anécdotas que ha vivido en sus 20 años de trayectoria en el sector de la moda. Tanto en lo profesional como en lo personal. Han sido dos décadas de infinitas vivencias y constantes transformaciones.

Así como los looks, las personas cambian. "No somos conscientes de lo que cambiamos. Yo no tengo nada que ver con la persona que era el año pasado", ha confesado Vicky Martín Berrocal en una amena conversación que ha trascendido el formalismo de una presentación, convirtiéndose en un encuentro íntimo, casi de amigas. "En un segundo la vida te cambia y te lleva a otro sitio rápidamente".

Respecto a sus diseños, ha recordado que son cien por cien made in Spain y que su objetivo es hacer sentir bien a sus clientas. "Modificaciones todas. He tenido ejemplos de emocionarme muchísimo. Con novias que no han sido recibidas en otros sitios. A mí me pasó eso".vickymartinberrocalvickymartinberrocal



Vicky Martín Berrocal ha rememorado un episodio desagradable que vivió siendo una adolescente de 14 años y que, si cabe, ha forjado su imagen. Tanto en lo personal como en lo empresarial. Junto a su madre, Victoria Martín Serrano, llegó a una tienda de Sevilla buscando un diseño para su primera fiesta. La onubense tenía la talla 44, un tamaño que no existía en aquel local.

"Viví con eso. Lo olvidé porque he sido fuerte. He tenido mis inseguridades y momentos de mirar para adelante. Pero escuché aquello y me enfadé. Mi madre me dio la mano y me sostuvo... Y desde hace 20 años que creé esto, supe que eso no te puede pasar. Duele y hace daño", ha recordado. Por ello, en parte, Vicky ha hecho de su marca un espacio seguro, en el que todas las mujeres, sin importar la talla, encontrarán su vestido soñado.

"No es por vender un vestido de novia. Es el regalo que hago a esas niñas y a esta niña [señalándose a sí misma] que no atendieron a los 14 años porque tenía una talla 44. Y a la madre que le dio la mano", ha expresado la diseñadora.

"Y así llevamos dos décadas desde que empecé. Estoy muy feliz de haber llegado aquí, hasta la calle Velázquez. Era mi sueño. Yo pasaba por aquí y decía 'este local tiene que ser mío'", ha recordado la empresaria, quien hasta verano del año pasado tenía su tienda en una tienda más pequeña en la calle Hermosilla.



Vicky Martín Berrocal, emocionada, tras recibir un aplauso de sus invitadas. EL ESPAÑOL

"Todo en esta vida pasa cuando tiene que pasar. El momento llega. Todo es un proceso...", ha reflexionado Vicky Martín Berrocal cuando ha sido interrumpida por una mujer a quien llevaba una década sin ver. Una modelo que trabajó con la empresaria y que quiso sorprenderla en esta jornada tan especial. Así, tras fundirse en un cariñoso abrazo, han relatado cómo fue experiencia trabajando juntas, reforzando el discurso de la onubense.

Vicky no se olvida de su equipo y también ha destacado su gran trabajo. Ha recordado, especialmente, a la que fuera su patronista, Paqui, quien aparece en el segundo y tercer episodio de Las Berrocal.

Aunque es abierta a todo tipo de modificaciones, no queda duda que en estos 20 años de trayectoria, Vicky Martín Berrocal ha construido una marca que se diferencia donde quiera que vaya. Victoria Colección tiene su propio sello.

"Nieves Álvarez me lo dijo siempre. 'Lo de tus patrones, te diría, que es lo mejor. En este país hay alguien más y tú'", ha contado como anédota. "Cuidamos y mimamos mucho. No todo vale. Soy muy perfeccionista, muy exigente con mi vida, conmigo. Hay que mimar a la clienta y ser honesto", ha enfatizado.

El encuentro ha terminado con un brindis y la inesperada visita de Rocío, la hermana de Vicky Martín Berrocal. Ataviada con un estilismo deportivo, recién salida del gimnasio, ha acudido unos minutos a la tienda de Velázquez para mostrar su apoyo, como siempre ha hecho, a la diseñadora.

elEconomista.es

INFORMALIA GENTE TELEVISIÓN CASAS REALES EVASIÓN

GENTE

Jorge Javier Vázquez se come sus palabras sobre Vicky Martín Berrocal y su documental: "Drama psicológico en estado puro"

- *El presentador criticó el reality de Movistar Plus+ sin verlo antes y ahora da su opinión tras ver el primer capítulo*



Jorge Javier Vázquez Vicky Martín Berrocal

Informalia 9:10 - 28/05/2025

La semana pasada, Jorge Javier Vázquez criticó el documental de Vicky Martín Berrocal sin antes verlo. Días después, el presentador de Badalona ha visto el primer capítulo y ha cambiado su opinión respecto a la diseñadora y su familia. Eso sí, sigue alabando a Alba, la hija de la protagonista y Manuel Díaz El Cordobés, que al igual que la madre y la hermana de Vicky, también participa en el documental.

"La semana pasada escribí sobre el reality de Las Berrocal basándome en un trailer que había sacado Movistar. Pues bien: ya he visto el primer capítulo. En cuanto lo estrenaron. Y me ha gustado mucho más de lo que imaginaba", escribe el presentador este miércoles en su blog de Lecturas.

Y lanza su crítica: "Está muy cuidado, muy bien contado. Gran trabajo detrás las cámaras. Y delante, lo imaginado". A la diseñadora, incluso, la pone por las nubes: "Vicky no defrauda. Está imposible en cada escena. Durante el primer capítulo nos confiesa que le está ocultando a su familia que quiere volver al mundo de la moda flamenca. Escrito así parece que para desempeñar esta tarea deba asesinar a cientos de miles de personas, tan trascendente y enigmática se pone ella".

Sobre esta trama principal, añade: "Veremos en qué acaba todo, pero se está hinchando tanto el globo que como nadie se desmaye cuando comparta semejante información con su familia me voy a sentir estafado".

Para la hermana de Vicky, Rocío, también tiene buenas palabras, así como para Alba: "La hermana de Vicky bien y la hija es todo un hallazgo. Una de sus grandes frases: '¿Vosotras sabéis lo que es ser hija de famosos en un colegio de Dos Hermanas?'. La pronuncia delante de su madre, su tía Rocío y su abuela. Nadie habla, todas callan. Queda la duda y los espectadores nos ponemos en lo peor. Qué fatiga. Drama psicológico en estado puro".

Pero para quien tiene una mejor crítica es para la madre de Berrocal, que ha hablado sobre la particular historia de amor que vivió con el padre de sus hijas, quien tenía otra familia: "Pero en realidad sobre quien de verdad quiero escribir es sobre Victoria, la madre de Vicky. No la tenía yo calada y me ha encantado. No se puede estar más natural ante la cámara. En cuanto aparece eclipsa al resto del reparto. Por su sencillez. Por su manera de expresarse, tan clara y rotunda".

Sobre ella, dice también: "La madre de Vicky engancha. E intuyo que irá creciendo todavía más en los próximos capítulos. Qué bonito todo lo que sucede en su casa de El Rocío. Costumbrismo de alta costura".

La semana pasada, como decíamos, Jorge no fue tan blando: "Estoy deseando ver el reality de Las Berrocal. Sé que me va a producir mucho bochorno pero es que tengo mono de sentir vergüenza ajena", llegó a escribir, cargando principalmente contra Vicky, la gran estrella de su reality: "Ya la siento cuando me pongo un rato el podcast de Vicky y advierto que siempre está con cara de flipada, como si se le estuviera apareciendo continuamente la Virgen de Fátima para recordarle lo 'guapa, guapa, guapa' que es. Vicky, por supuesto, no la virgen".

EL MUNDO
Ciencia y Salud

SALUD

La lucha de Pau Gasol contra la obesidad infantil: "Hay que conseguir mejorar los hábitos de forma lúdica y con el ejemplo del entorno"

El documental 'Obesidad Infantil. La pandemia ignorada' recoge la misión de la fundación que preside junto a su hermano Mar. "Algo está mal cuando vemos que las nuevas generaciones tendrán menos esperanza de vida que la nuestra"



Actualizado Miércoles, 28 mayo 2025 - 15:01

No son kilos de más ni es una cuestión estética. "La obesidad es una enfermedad", dice tajante Jens-Christian Holm, jefe de investigación de la Universidad de Copenhague, al inicio del documental Obesidad infantil. La pandemia ignorada. Una radiografía de la situación que "muestra los diferentes factores que la desencadena no solo en EEUU, sino también aquí en Europa", apunta Pau Gasol.

Junto a su hermano han convertido el impacto de esta enfermedad y su crecimiento en el leitmotiv de su fundación. Desde la misma han puesto en marcha diferentes iniciativas para "sensibilizar a la sociedad de que algo está mal cuando nos encontramos que las nuevas generaciones tendrán menos esperanza de vida que las nuestras", subrayó Gasol, horas antes de la presentación de la cinta, que produce TBS y emite Movistar+ en dos capítulos de poco más de 30 minutos cada uno.

En ese tiempo se enumeran los peligros y los condicionantes que desencadenan la obesidad: una generación que abusa de la comida procesada, que come junto a la televisión, que no pasa horas en los parques... "No es uno solo, pero se suma a la predisposición que cada uno lleva en los genes", explica el ex jugador de baloncesto, al tiempo que deja claro que "nuestra misión es que el mensaje cale: hay que conseguir mejorar los hábitos de forma lúdica y con el ejemplo del entorno".

Tras unos años como embajador de Unicef, los hermanos Gasol exploraron qué podían aportar para mejorar la infancia y dieron con la tecla: la obesidad. "Las cifras en los niños se disparaban. Y nos dimos cuenta de que se debía a una cuestión de hábitos y entornos". Con unos padres médicos que habían inculcado en ellos los valores saludables que se desprendían del deporte y de la alimentación, "vimos que nos debíamos focalizar en la prevención". A ello se suma las vivencias de Marc frente al sobrepeso. "Era un niño con tendencia a ganar peso", cuenta en la cinta.

La globalización de la comida rápida, que empezó en EEUU, ha hecho que no solo en este país se den las cifras más altas, sino que poco a poco se incorporen el resto. Cabe destacar que las predicciones de los últimos estudios, publicados The Lancet, ya colocan a nuestros menores de 15 años y adolescentes en el top 10 de países con mayor número de afectados.

Incluso, Robert F. Kennedy Jr., el polémico secretario de Sanidad de la Administración Trump, aparece en el documental advirtiendo de los efectos de la comida rápida en las familias estadounidenses. Porque si bien es conocido por sus teorías antivacunas, si puso en marcha una iniciativa bautizada como MAHA (Make America Healthy Again) que intenta, al menos, corregir el rumbo de los malos hábitos alimenticios, ejercicio físico y mental de los estadounidenses.

Porque, como insiste Gasol, "se trata de un todo: el efecto de comer con las pantallas de fondo, de cómo cocinamos y de cómo nos relacionamos con nuestros hijos en los planes de ocio". En este sentido, insiste que su misión es poner en valor "las herramientas al alcance de las familias para, por ejemplo, cocinar sano sin que ello signifique que sean productos más caros".Gasol ha invertido la última década en informarse y rodearse de un equipo médico y científico que analiza con detalle qué hay detrás de esta pandemia, "que crece sin que nos demos cuenta". "¿Quiero saber qué hacemos mal?", pregunta la madre de Andoni en la cinta. Aquí es donde ellos quieren intervenir y ser un faro que guíe a los padres y madres a "buscar soluciones. No se trata de ponerles a dieta, sino involucrarse en hacer que ese camino sea divertido".

Sin señalizar, sin estigmatizar y sin culpar, en la fundación analizan situaciones concretas y diseñan proyectos para "planificar comidas en las que se deje a un lado la TV, se busque la implicación de los progenitores en planes activos...", enumera el deportista. En ese plan, no duda en involucrarse con la administración. Aquí en España, "trabajamos con los ministerios de Sanidad y Consumo para ayudar en los cambios sociales que se necesiten", como el plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil. En definitiva, "queremos empoderar a los niños para que vivan vidas más saludables".

EUROPA PRESS

La directora de Nutrium, Paula Fernández, participa en un documental de Movistar sobre obesidad infantil



La logroñesa Paula Fernández Giménez, directora de Nutrium, participa en el documental de Movistar Plus +

LOGROÑO, 28 May. (EUROPA PRESS) -

La nutricionista logroñesa Paula Fernández Giménez, directora del centro Nutrium, Dietistas - Nutricionistas, ha intervenido en el nuevo documental de Movistar Plus +, una producción de la Gasol Foundation.

Estrenado este lunes, sigue el día a día de cuatro menores afectados por la obesidad infantil. Uno de ellos, que ha sido tratado en la consulta logroñesa de Nutrium bajo el acompañamiento profesional de Paula Fernández Giménez.

"Este proyecto ha sido muy especial. Poder mostrar desde La Rioja cómo trabajamos con niños y familias es una forma de dar visibilidad a una realidad que afecta a muchas personas y de la que a veces no se habla lo suficiente", ha destacado Paula.

Rodado en Estados Unidos, España y países nórdicos, el documental cuenta con testimonios de expertos en nutrición, salud mental y neurociencia, y está producido por TBS.

Desde Nutrium, centro ubicado en pleno corazón de Logroño, subrayan la necesidad de intervenir a edades tempranas desde un enfoque integral que abarque la alimentación, el bienestar emocional y el entorno familiar.

ACERCA DE NUTRIUM

Nutrium es el centro de Nutrición y Dietética referente en La Rioja y buena parte de España, gracias a sus completas consultas online. Sus especialistas elaboran dietas totalmente personalizadas y adaptadas a las necesidades de cada paciente, desde bajar o subir de peso, mejorar el rendimiento físico, aprender a comer de forma saludable y consciente, adaptar la alimentación a un horario, trabajo, ideología* Así como a las circunstancias personales tales Como enfermedad, embarazo, alimentación infantil, competición.

Nutrium nace con vocación de acercar el último concepto de nutrición, salud y bienestar desde un claro compromiso con la felicidad de las personas, junto a la mejor atención al paciente. Con un destacado equipo de especialistas en los diferentes campos dela nutrición, la salud, la psicología y el acondicionamiento físico, Nutrium marca la diferencia con una nueva forma de consulta que, además, quiere compartir a través de sus constantes talleres profesionales y divulgativos, eventos deportivos o colaboraciones con medios de comunicación, con el fin de promover la educación nutricional en todas las edades.

Academia



Movistar Plus+ estrena»Obesidad infantil. La pandemia ignorada», un proyecto personal de Pau y Marc Gasol

28 de mayo de 2025

Este proyecto original de TBS , creadora de títulos como 'Verdeliss: 7 maratones, 7 continentes, 7 días', 'No tenéis ni **** idea' o 'El Día Menos Pensado', está dirigido por Pablo Deus y Carlos Morán

Obesidad infantil. La pandemia ignorada, es una producción original TBS y está impulsada por las leyendas del baloncesto y estrellas NBA, Marc y Pau Gasol, para dar a conocer la realidad de la obesidad infantil, alertar de sus peligros y buscar soluciones desde todos los ámbitos, un trabajo que llevan realizando desde hace años desde la Gasol Foundation. Los dos episodios de esta miniserie documental ya están disponibles en Movistar Plus+.

Pau Gasol: «Este documental es un reflejo del poder de trabajo en equipo, del trabajo de grandes profesionales que han aportado su conocimiento, tiempo y esfuerzo y han creído en la misión de Gasol Foundation para darla a conocer».

Durante más de un año, el equipo de TBS ha acompañado a familias en España, Estados Unidos y varios países europeos recogiendo historias reales y estremecedoras. Andoni, Oier, María y Emily son algunos de los niños que, junto con sus familias, participan en este proyecto. A sus testimonios se suma se suma la propia historia personal de Marc Gasol, que de adolescente sufrió las consecuencias de esta enfermedad.



Pablo Deus, director del documental: «Cada historia nos permitía contar una parte del problema. La obesidad no es solo una cuestión de peso: es sueño, es ansiedad, es entorno, es falta de recursos. Por eso queríamos darles espacio a las personas, no solo a los datos». «Desde el origen del proyecto buscamos que el documental evolucionara. Empezamos centrando el foco en la comida, para luego llegar a las bebidas energéticas o las pantallas. Sabíamos que ir a Estados Unidos era ir al origen del problema, por su modelo de sociedad y su modelo de consumo, pero también buscamos el contrapunto en los sitios en los que se está haciendo mejor como los países nórdicos».

Carlos Morán, codirector: «El reto era hablar de un tema de enorme impacto global con sensibilidad a través de historias reales. Para el equipo de TBS era fundamental generar un clima de confianza con las familias, por eso pasamos tiempo con ellas para entender qué habían vivido y cómo intentaban solucionarlo».

La miniserie documental cuenta con el análisis de algunas de las voces más influyentes en el ámbito de la nutrición y la salud infantil: el dietista Aitor Sánchez, el chef Joan Roca, el presidente de la World Obesity Foundation Simón Barquera, o el investigador Michael Goran, entre otros.

DOCUMENTALES

‘La pandemia ignorada’: Movistar Plus+ y la Fundación Gasol visibilizan la obesidad infantil

Por Sara Sanz González May 28, 2025



‘Obesidad infantil. La pandemia ignorada’ es una miniserie documental que analiza esta crisis sanitaria a través de testimonios reales y de expertos, llamando a la acción desde el entorno social y familiar.

El pasado 26 de mayo, Movistar Plus+ presentó Obesidad infantil. La pandemia ignorada, un documental original producido por TBS en colaboración con la Fundación Gasol. Esta miniserie, compuesta por dos episodios, nace como un proyecto personal de los hermanos Pau y Marc Gasol con el objetivo de visibilizar una de las principales problemáticas actuales en materia de salud pública.

En los últimos años, la obesidad infantil se ha ido extendiendo de manera progresiva entre las nuevas generaciones, afectando de forma grave —y en ocasiones irreversible— a más de 400 millones de niños y niñas en todo el mundo. Estas cifras demuestran que, a pesar de su magnitud, sigue siendo una realidad silenciada. De hecho, se advierte de una realidad alarmante: esta podría ser la primera generación que viva menos que sus padres.



Con un enfoque contundente, el documental encabezado por Pau Gasol —presidente de la Fundación Gasol y embajador de Telefónica— analiza esta crisis sanitaria a través de testimonios de familias en España, Europa y Estados Unidos, un experimento social y una introspección personal de Marc Gasol quien vivió problemas de peso durante su adolescencia.

> ***«Es un problema que nos afecta a todos. No se trata de culpabilizar o señalar, sino de reflexión. Podemos hacerlo mejor siempre, desde el punto de vista individual, como padres o desde la industria, en la posición en la que estemos. Se trata de hablar, dar herramientas y empoderar sobre todo a las familias con menos recursos.»***
>
> Pau Gasol

La miniserie aborda las distintas dimensiones de la obesidad infantil en diferentes contextos: desde los desiertos alimentarios en Los Ángeles —zonas donde no hay supermercados cercanos y abundan las cadenas de comida rápida— hasta el impacto de la publicidad en los menores, el aumento de precio en los alimentos saludables o el rol de las pantallas en el sedentarismo infantil.



En este recorrido internacional, España se posiciona como uno de los países con mayores tasas de obesidad infantil en toda Europa. El documental da voz a familias españolas que enfrentan esta realidad desde edades tan tempranas como los 5 años, reforzando la necesidad urgente de implementar medidas eficaces frente a esta situación.

> ***«La obesidad no es solo una cuestión de peso: es sueño, es ansiedad, es entorno, es falta de recursos. Por eso queríamos darles espacio a las personas, no solo a los datos»***
>
> Pablo Deus, director de *Obesidad infantil. La pandemia ignorada*

Marc Gasol, vicepresidente de la Fundación, narra cómo el cambio de país en su adolescencia, su tendencia a ganar peso y el fácil acceso a la comida rápida influyeron en su estado de salud, y cómo el deporte en equipo fue una herramienta clave para superarlo.

El documental también aborda temas como el acoso escolar por la imagen corporal, las enfermedades crónicas derivadas del sobrepeso —como el aumento del 40% en los casos de diabetes infantil en los últimos 30 años— y los efectos del consumo habitual de ultraprocesados y bebidas energéticas, desencadenando problemas de salud cardiovascular y metabólica. Todo ello se refuerza con un experimento social que evidencia el desconocimiento general sobre estos factores de riesgo.

> ***«Estamos sensibilizando a nuestra sociedad a través de este documental. La obesidad tiene un componente de estigmatización, de bullying y de impacto psicológico, somos muy conscientes de ello. No hay que juzgar ni criticar, sino escuchar, empatizar, ayudar y dar soporte emocional»***
>
> Pau Gasol

Obesidad infantil. La pandemia ignorada cuenta con la participación de expertos en nutrición, salud e industria alimentaria como Aitor Sánchez, dietista y tecnólogo alimentario; Joan Roca, chef de El Celler de Can Roca; Simón Barquera, presidente de la World Obesity Foundation; o Michael Gora, director de Nutrición y Obesidad del Children's Hospital de Los Ángeles.

Obesidad infantil. La pandemia ignorada llega a Movistar Plus+

La presentación oficial tuvo lugar en el Espacio Movistar del Edificio Telefónica, en Madrid, con la presencia de Pau y Marc Gasol, la ministra de Sanidad Mónica García, el ministro de Derechos Sociales Pablo Bustinduy, y representantes de Telefónica y la productora TBS, como Rafa Fernández de Alarcón, Ignacio Fernández-Vega y Enric Rojas. El acto fue conducido por la periodista Susana Guasch.

Durante el evento, Pau Gasol también quiso poner el foco en la necesidad de escuchar de forma individual la situación de cada niño y en el valor del apoyo emocional:

> ***«Tener dos amigos que te quieren, que te apoyan, que les da igual como seas a nivel de físico, que quieren estar contigo y que te respetan en las buenas y en las malas… eso es vida. Eso es un equipo, eso es vida y lo es todo».***
>
> Pau Gasol

La miniserie ya está disponible en Movistar Plus+, accesible para todos los usuarios. Obesidad infantil. La pandemia ignorada es una muestra más de la apuesta de la plataforma por los contenidos originales de valor educativo y social, como otros documentales protagonizados por figuras como Ilia Topuria, Carolina Marín, Luis Enrique o Rafa Nadal.

Esquire

Alaska sobre una de sus canciones más icónicas: "Igual el mensaje no es tan sano como nos creemos"

Alaska está muy presente por su flamante colaboración con Aitana, pero también echa la vista atrás de vez en cuando. Esta es su reflexión sobre uno de los grandes clásicos de Alaska y Dinarama.

Por Gustavo Higueruela Publicado: 28/05/2025



Cuando echamos la vista atrás y recordamos algunas de las canciones de nuestra infancia o adolescencia, muchas veces entendemos cosas diferentes a las que hicimos por aquel entonces. Se llama hacerse mayor... y quizás, también, comprender

segundas intenciones o referencias ocultas en textos que parecían más ingenuos o sencillos cuando éramos más jóvenes.

En la entrevista que le hicimos hace unos meses a Alaska, en la que también nos anticipó su colaboración con Aitana que se acaba de estrenar, la artista hizo una interesante reflexión sobre esos mensajes que se lanzaban en aquellas canciones que escuchábamos una y otra vez en los 80 y los 90.



Alaska, todo corazón en su último reportaje en Esquire.

Y nos puso de ejemplo una de sus canciones más famosas, A quién le importa, el himno generacional de 1986 de Alaska y Dinarama que sigue triunfando en celebraciones, karaokes o fiestas remember.

"Nacho Canut, que escribió esa letra, siempre dice que igual la tenemos sobrevalorada, porque en el fondo está hablando de una persona inflexible, que no está dispuesta a negociar y que igual no es tan sano como nos creemos".

Tanto en nuestra entrevista como en el documental de Movistar Plus+ Alaska Revelada, Olvido Gara conecta esa reflexión sobre su himno con su propia trayectoria profesional y personal.

"Después de haber hecho este documental y haber hablado durante horas sobre lo que he hecho, cómo lo he hecho y cuándo lo he hecho, me he planteado: ¿Cómo podía estar tan segura con 14 años de lo que quería y, sobre todo, de lo que no quería hacer, y a los 61 darme cuenta de que no me he equivocado? Yo misma me asusto y pienso: ¿A ver si es que estoy totalmente equivocada y soy esa persona inflexible de la que habla Nacho en esa canción? Pero estoy conforme, porque las decisiones que he tomado han sido mías y los éxitos y los errores también han sido cosa mía. ¿Cómo se consigue esto?"



Su conclusión es que esa seguridad juvenil innata, teñida o no de intransigencia, le ha marcado un camino satisfactorio. Es decir, que está bien plantearse si es una actitud saludable o no ante la vida, pero en su caso concreto funcionó. De hecho, alerta a las nuevas generaciones sobre ese clásico mensaje de la 'sociedad adulta' de

que hay que ser obedientes de jóvenes y esperar a cumplir años para llevar la voz cantante en tu vida.

"No te dejes engañar cuando eres joven y te dicen que hagas algo, que más adelante podrás hacer lo que quieras. No es verdad, nunca llega el momento en el que vas a poder hacer lo que quieras, pensando que antes hiciste lo que no querías. Yo creo que esa negociación no existe con nada en la vida".

Movistar Plus+, en colaboración con Corte y Confección de películas, rueda 'Se tiene que morir mucha gente'



Se tiene que morir mucha gente (Foto: Sara Virumbrales)

28/5/2025

Victoria Martín adapta su éxito editorial homónimo como creadora, firma los guiones y se pone detrás de las cámaras junto a Sandra Romero y Nacho Pardo en el rodaje de 'Se tiene que morir mucha gente', una serie original Movistar Plus+ en colaboración con Corte y Confección de películas.

La serie ha comenzado su rodaje y se extenderá hasta principios de julio en localizaciones de Madrid. Sandra Romero vuelve a dirigir una serie tras Los años nuevos en la que compartía dirección con Rodrigo Sorogoyen y David de los Santos.

Se tiene que morir mucha gente está protagonizada por Anna Castillo, Macarena García y Laura Weissmahr junto a las las jóvenes actrices Sofía Otero, Leire Hernández y Emma Hernández.

La serie se centra en Bárbara, Maca y Elena quienes fueron juntas al colegio y 20 años después siguen siendo amigas, más o menos. Bárbara es una bomba de relojería: vive frustrada por su trabajo y está enganchada a las benzodiacepinas. Maca, con la que comparte piso, intenta salir adelante como actriz, aunque es camarera. Y Elena está embarazada tras casarse con un señor de 60 años que dirige hoteles. La crisis personal de Bárbara hará que todo explote.

Se tiene que morir mucha gente está basada en el libro del mismo título que firma Victoria Martín y que ha publicado Plaza&Janés. Un éxito editorial que ya suma más de 70.000 ejemplares vendidos, siete ediciones de la novela en formato trade, mas ediciones en digital, libro de bolsillo y audiolibro.

Además, este mes de junio la novela se relanzará con una nueva versión de la portada original y un nuevo prólogo de Victoria Martín sobre la experiencia de la publicación.

Victoria Martín afirma que «es un proyecto que nació hace mucho tiempo, más tarde se convirtió en un libro y ahora, tras años de desarrollo y trabajo, será una serie y no podemos estar más emocionados de tener la oportunidad de contar esta historia y construirla con un cast tan increíble y una directora tan talentosa como Sandra Romero. Además, hacerlo de la mano de Movistar Plus+, una plataforma que verdaderamente se arriesga y apoya a los creadores».

Fran Araújo, productor ejecutivo, añade que «Victoria Martín tiene muchísimo talento y una voz propia. Pocas veces te enfrentas a un material así de divertido, con tanta personalidad, inteligencia y riesgo. Si además añades a una de las nuevas directoras más interesantes de este país y a un casting inmejorable, creo que hay pocas razones para no estar muy contentos y orgullosos de arrancar esta serie».

La serie, que constará de 6 capítulos de 30 minutos, cuenta con la dirección de fotografía de Angello Faccini y la dirección de producción de Maruca Carmona. Del arte se encarga Pitu Fernández, mientras que el sonido estará en manos de Sofia Straface y el montaje lo firma Javier Frutos.

Comienza el rodaje de 'Se tiene que morir mucha gente'

Vía Movistar Plus+ por Wanchope 28 de mayo de 2025



Bárbara, Maca y Elena fueron juntas al colegio y 20 años después siguen siendo amigas, más o menos. Bárbara es una bomba de relojería: vive frustrada por su trabajo y está enganchada a las benzodiacepinas. Maca, con la que comparte piso, intenta salir adelante como actriz, aunque es camarera. Y Elena está embarazada tras casarse con un señor de 60 años que dirige hoteles. La crisis personal de Bárbara hará que todo explote.

'Se tiene que morir mucha gente' es una serie original de Movistar Plus+ que adapta el éxito editorial de Victoria Martín. Publicado por Plaza&Janés, ya suma más de 70.000 ejemplares vendidos y siete ediciones de la novela en formato trade, más ediciones en digital, libro de bolsillo y audiolibro.

La propia Martín se encuentra al frente del proyecto como creadora y guionista, además de ponerse detrás de las cámaras junto a Sandra Romero (codirectora de 'Los años nuevos') y Nacho Pardo, su compañero en Living Producciones.

La serie está protagonizada por Anna Castillo, Macarena García y Laura Weissmahr junto a las jóvenes Sofía Otero, Leire Hernández y Emma Hernández, quienes interpretan a sus respectivos personajes en la infancia. Alba Galocha, Ramón Rados, Óscar de la Fuente y Yunez Chaib completan el reparto principal.

En palabras de la novelista y creadora, "es un proyecto que nació hace mucho tiempo, más tarde se convirtió en un libro y ahora, tras años de desarrollo y trabajo, será una serie, y no podemos estar más emocionados de tener la oportunidad de contar esta historia y construirla con un cast tan increíble y una directora tan talentosa como Sandra Romero. Además, hacerlo de la mano de Movistar Plus+, una plataforma que verdaderamente se arriesga y apoya a los creadores".

Por su parte, el productor ejecutivo Fran Araújo asegura que "Victoria Martín tiene muchísimo talento y una voz propia. Pocas veces te enfrentas a un material así de divertido, con tanta personalidad, inteligencia y riesgo. Si además añades a una de las nuevas directoras más interesantes de este país y a un casting inmejorable, creo que hay pocas razones para no estar muy contentos y orgullosos de arrancar esta serie".

'Se tiene que morir mucha gente' contará con un total de seis episodios, de unos 30 minutos de duración cada uno. Su rodaje comenzó a mediados de este mes de mayo, y se extenderá hasta principios de julio en localizaciones de Madrid y alrededores.

INFORMACION

PAÍS: España
PÁGINAS: 54
AVE: 1079 €
ÁREA: 67 CM² - 25%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6857
OTS: 64000
SECCIÓN: TELEVISION

29 Mayo, 2025



Plataformas

La serie, basada en la novela de la cómica Victoria Martín, ha comenzado el rodaje con la propia autora en la dirección

Macarena García protagoniza «Se tiene que morir mucha gente»

CARLOS MERENCIANO

Movistar Plus+



Reparto y directores de *Se tiene que morir mucha gente.*

Movistar Plus+ ha activado uno de sus proyectos más esperados: *Se tiene que morir mucha gente*, la adaptación en formato serie de la novela escrita por la cómica y guionista Victoria Martín. El desarrollo, que llevaba en preproducción desde hace dos años, entra ahora en fase de rodaje con un potente equipo creativo y un reparto encabezado por Macarena García, tal y como ha podido saber Yotele en exclusiva.

La actriz será la protagonista de esta nueva ficción producida por Corte y Confección de Películas, que dirigirá la propia Victoria Martín junto a Nacho Pardo, su pareja, y la cineasta Sandra Romero, aportando una mirada personal y contemporánea a su debut como autora literaria.

La trama sigue a Bárbara, una guionista frustrada que trabaja en un programa televisivo dominado por hombres con ínfulas de genios del humor. Comparte piso con Maca, su amiga de toda la vida, una actriz que acumula rechazos en lugar de papeles. La estabilidad precaria de ambas se rompe con la llegada de Elena, una excompañera del colegio embarazada, que aparece tras abandonar a su pareja. A ese piso de emociones en ebullición se une también Fabiola, una influencer obsesionada con la positividad tóxica y las marcas «sostenibles».

Publicado en 2023, el libro fue aplaudido por su retrato irónico y descarnado de una generación atrapada entre la precariedad y el vacío existencial. La serie busca conservar ese espíritu mordaz, dando forma a una historia donde el humor ácido, la desesperanza y los lazos personales se entrelazan en un relato sobre mujeres que intentan sobrevivir a una vida que no es la que imaginaron. ■

Supertele

PAÍS: España
PÁGINAS: 27
AVE: 3615 €
ÁREA: 174 CM² - 60%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 39552
OTS: 72000
SECCIÓN: MAGAZINE

31 Mayo, 2025



Las críticas DEL SR. CASANOVA



«Quien se enfada por las críticas reconoce que las tenía merecidas», Tácito

'La canción'

Una entretenida mirada a las sombras de Eurovisión.

Movistar Plus+ DRAMA • SERIE • +7. T1. 3 cap. 50 min.
Dir.: Pepe Coira, Fran Araújo (ceadores), **Int.:** Patrick Criado, Àlex Brendemühl. España. 2025.



No queremos eurodramas en nuestra vida. Pero ahora que ya ha pasado Eurovisión es un buen momento para acercarse a esta entretenida serie, estrenada antes de la emisión de la final del este año y que muestra cómo las cosas no han cambiado mucho, especialmente en cuanto a la polémica que rodea a este certamen, que es mucho más que un gran festival de música. A medio camino entre ficción y realidad, sus responsables podrían haber apostado por una película, pero finalmente ha sido una miniserie de tres capítulos. Curiosamente estrenada en **Movistar Plus+** y no en **RTVE**, ofrece una reinterpretación libre y con alma de *thriller* del camino hacia la histórica victoria de la cantante Massiel en Eurovisión 1968. Y lo hace con alegría y color en un tono amable y a través de una mirada festiva y mitómana. La producción se apoya en una narrativa ágil, un diseño visual cuidado -con recursos como el blanco y negro– y un reparto solvente que da vida a personajes reales y otros completamente inventados. La serie recrea cómo el régimen de Franco quiso lavar su imagen internacional ganando Eurovisión y cómo Fraga maniobró para conseguirlo. **Patrick Criado** y **Carolina Yuste** lideran con convicción el reparto de una historia que logra atrapar al espectador desde el primer momento y en la que también destaca **Marcel Borràs** como un joven Serrat. Creada por **Pepe Coira** y **Fran Araújo** y dirigida por **Alejandro Marín**, tiene una estética pop y muchos guiños a la comunidad LGTBIQ+. El público eurofan encontrará también múltiples referencias. Y, aunque muchos ya saben el final, funciona también como una ventana accesible para quienes no conocen el contexto. Entretenida, sugerente y algo cínica, plantea con soltura cómo incluso un inocente festival puede esconder intereses mayores.

Buena ★★★

/ P (película) / D (documental) / PR (programa)

LO MÁS VISTO
en las plataformas esta semana

NETFLIX
1. Legado (S) ★★★★
2. Los secretos que ocultamos (S) ★★★
3. Mala influencia (P) ★★★

PRIME VIDEO
1. Atasco 2 (S) ★★★
2. Otro pequeño favor (P) ★★★
3. A working man (P) ★★★

MOVISTAR PLUS+
1. La Canción (S) ★★★★
2. El consultorio de Berto (PR) ★★★★
3. Crímenes (D) ★★★

DISNEY+
1. Rogue One: una historia de Star Wars (P) ★★★★
2. Lilo & Stitch (P) ★★★★
3. Andor (S) ★★★

MAX
1. Elle (P) ★★★
2. The Last of Us (S) ★★★★
3. El cuento de la criada (S) ★★★

APPLE TV+
1. Matabot (S) ★★★★
2. El estudio (S) ★★★
3. Vicios ocultos (S) ★★★

SKYSHOWTIME
1. Gladiator II (P) ★★★★
2. No hables con extraños (P) ★★★
3. Yellowstone (S) ★★★★

kinótico

Industria

REPORTAJE

Rodar en espacios de Patrimonio Nacional: tarifas caras "acordes al sitio", prohibido encender velas y cuidado con los adoquines

El equipo de Patrimonio encargado de rodajes y miembros de los equipos de 'La vida breve', 'Su Majestad' y 'Ena' desgranan cómo es rodar en esos palacios y jardines

Mariajo Arias Madrid Actualizado: 28.05.2025 - 07:30



Imagen del rodaje de 'La vida breve' en el Palacio de Aranjuez · Fotografía: Movistar Plus+

Rodar en Patrimonio Nacional es costoso y a veces algo complicado por todo lo que no se puede tocar ni mover o hacer, pero... ¿y lo bien qué luce en pantalla? Solo por eso, ya merece la pena. En los últimos meses se han estrenado dos series (‘La vida breve’ y ‘Su Majestad’) y otra lo hará en algún momento (‘Ena’). Las tres, merced a su temática monárquica de por medio, cuentan en sus capítulos con escenas rodadas en algunos de los más de 15 espacios que desde Patrimonio Nacional ponen a disposición de la producciones para localizar (y embellecer) sus títulos. Para conocer cuál es el proceso a seguir a la hora obtener un permiso de rodaje para, por ejemplo, el Palacio de Aranjuez, cuánto cuesta, qué condiciones han de cumplirse, cómo es

una vez allí y alguna que otra anécdota, en Kinótico hemos hablado con el equipo técnico de comunicación de Patrimonio Nacional (departamento encargado de los rodajes), con Cristóbal Garrido (creador de 'La vida breve' junto a Adolfo Valor), con Antonio Vicioso (jefe de localizaciones de 'Ena') y con Juan Gómez-Catalán García (jefe de localizaciones de 'Su Majestad' y de la cuarta temporada de 'El Ministerio del Tiempo'). Sus testimonios coinciden en muchos puntos, empezando por el buen trato recibido y la experiencia altamente satisfactoria de rodar en lugares imposibles (y costosos) de recrear en un plató.

Para poder rodar en un especio de Patrimonio Nacional se tienen que dar dos condiciones: querer y poder. La primera es la más sencilla. En la segunda ya intervienen los presupuestos y las condiciones impuestas. En cuanto al querer, explica Cristóbal Garrido que su decisión de localizar en lugares como La Granja o Aranjuez responde a que para ellos "era importante rodar en palacios reales porque la propuesta visual que queríamos dar era que fuera muy auténtica. Que visualmente si vieras un 'frame' sin sonido, pareciera un drama. Y es verdad que también puedes hacer un drama en un set, en un decorado construido, pero lo cierto es que nuestro nivel de ambición iba un poco por encima de eso. También era una miniserie. O sea, no nos compensaba construir un palacio gigante solamente para hacer seis episodios de media hora. ¿Qué pasa? Que además es tremendamente difícil y caro recrear un palacio como los que ya tenemos construidos en la vida real, con unos acabados, unos dorados, unos mármoles... Algo que no te lo da el cartón piedra. Eso es muy difícil conseguirlo". Rondando en espacios reales logras "darle verdad y nivel de producción" a la serie o película. En este caso, 'La vida breve', serie original Movistar Plus+ en colaboración con Zeta Studios.

"Patrimonio tiene localizaciones exclusivas (...) Cada vez quedan menos propiedades privadas o de administraciones así" (Antonio Vicioso)

Eso desde el punto de vista del creador, que no dista mucho del punto de vista del localizador de 'Ena', Antonio Vicioso. "Patrimonio tiene localizaciones exclusivas y el guion ya te lleva a que ese tipo de localizaciones tienen que ser en Patrimonio Nacional sí o sí, porque son un tipo de palacios, de jardines, con un cuidado... Cada vez quedan menos propiedades privadas o de administraciones así. No es normal que Comunidades Autónomas o Ayuntamientos tengan palacios tan grandes y tan bien conservados. Algunos se han convertido en otras cosas. Patrimonio Nacional sigue conservando sitios prácticamente como estaban, adaptados a visitas o museos, pero que siguen conservando unos jardines espectaculares, por ejemplo", explica el responsable de localizaciones de la serie coproducida por RTVE con Ena La Serie AIE, La Cometa TV y Zona App y creada por Javier Olivares, que sigue sin estrenarse en España.

Requisitos y pasos a dar

Tomada la decisión y elegido el espacio, llega la hora de dar el primer paso. Este consiste en gestionar la petición que, explican desde Patrimonio a Kinótico, solo puede realizarse a través de la web oficial y que, añaden, "por cuestiones de agenda y

para poder valorar las peticiones es conveniente realizar las peticiones con, al menos, quince días de antelación". Juan Gómez-Catalán da algunos detalles más de ese proceso: "Lo primero es preguntar disponibilidades, a ver si justo las fechas que tú quieres no coinciden con algún acto oficial ni nada y les preparas un dossier informativo sobre la serie (...) Les tienes que contar un poco, hacer una memoria de los días que quieres, poner una sinopsis... Ellos lo analizan y te dan una respuesta". Eso, para comenzar.



Anna Castillo, Pablo Derqui y Borja Cobeaga durante el rodaje de 'Su Majestad' · Fotografía: María Heras

"A partir de ahí, el responsable te pasa con diferentes personas de seguridad, de patrimonio" que te dan todas las indicaciones que se deben tener en cuenta para rodar y se firma un pliego de condiciones. Él aconseja iniciar las gestiones con "bastante tiempo" para poder organizar el rodaje en función de esas jornadas. Su compañero de profesión, Antonio Vicioso, apunta que, "dentro de lo que cabe, Patrimonio Nacional funciona bastante bien con rodajes. Tiene sus trámites y sus bases reguladas como un organismo público que se puede ver por Internet" y señala que "lo que más tiempo lleva es lo que ya no está en manos de Comunicación (que es el primer escalón), cuando hay que pasar los requisitos a Conservación, a Gestión Forestal... Eso tiene sus tiempos, pero hay un 'feedback' bastante directo, que es lo que solemos pedir los localizadores". Al final, como añade, es un intercambio beneficioso para ambas partes, porque "ellos nos ofrecen unos espacios imponentes que no hay casi iguales en España y nosotros a cambio les ofrecemos esa visibilidad que están buscando, que son conscientes de que es necesaria y de que es una labor pública también".

"El Palacio de La Quinta y sus jardines son los más demandados, quizás se deba a su proximidad con Madrid y a la versatilidad que ofrece" (Patrimonio Nacional)

En el formulario a rellenar se pide una sinopsis del contenido que se va a rodar allí, la composición del equipo (incluido el número de vehículos) o las fechas solicitadas. En la web se pueden ver todos los espacios disponibles. Están, con sus fotos correspondientes y algún título que ya ha rodado previamente allí a modo de ejemplo, el Palacio Real, Aranjuez, Riofrío, San Lorenzo de El Escorial (que ofrece también recursos digitales), El Pardo, La Granja, La Almudaina, Yuste, el Monasterio Las Huelgas, Tordesillas, el Panteón, La Encarnación y Las Descalzas. En el desplegable del formulario aparecen, además, el Cuarto Alto del Alcázar de Sevilla, el Valle de Cuelgamuros y La Galería de las Colecciones Reales. De todos ellos, cuentan desde el departamento de Comunicación que "el Palacio de La Quinta y sus jardines son los más demandados, quizás se deba a su proximidad con Madrid y a la versatilidad que ofrece este espacio" y que aún hay alguno que no se ha estrenado en rodajes, "ya sea por motivos logísticos o por razones de conservación".

El coste de rodar es alto, pero compensa con creces

Un primer día de rodaje a jornada completa (10 horas comprendidas entre las ocho de la mañana y las nueve de la noche) de una película o una serie de ficción en los Reales Sitios sale a 6.000€; en Reales Patronatos y Panteón de España son 5.000€; y jardines y espacios naturales de los Reales Sitios, exteriores del Valle de Cuelgamuros y Campo del Moro baja a los 4.000€. Para la segunda jornada y sucesivas el precio por día es de 1.000€ menos y, si es media jornada, las tarifas anteriores son de 2.000€ menos por tipología de espacio. Luego están estipulados incrementos para el horario nocturno, en fin de semana o festivo que van de los 2.000€ a los 1.000€ dependiendo de la localización. A esto habría que sumar, explica el equipo técnico de Comunicación, "los costes que ocasionan los rodajes en los espacios de Patrimonio Nacional, que son asumidos por la productora o medio que lo solicita. Principalmente estaríamos hablando de seguridad, limpieza y mantenimiento". Todos los precios, que varían por tiempos y tipo de rodaje, son oficiales y pueden consultarse en sus bases.

"Las tarifas de Patrimonio son caras porque estás rodando en un palacio que es un pedazo de nuestra historia (...) Están ofreciendo algo de muy alto valor" (Cristóbal Garrido)

"Es verdad que las tarifas de Patrimonio son caras porque, obviamente, estás rodando en un palacio que es un pedazo de nuestra historia. Es obvio que son demandantes en ese sentido porque lo que están ofreciendo es algo de muy alto valor (...) Te están abriendo el palacio solamente para ti y tiene sentido que seas tú quien acarree con el costo de la gente que esté allí a tu cargo", reconoce Cristóbal Garrido, quien añade que, además, "hay algo que mola: sentir que estás aportando. Más allá de que los palacios están a tu servicio, tú también estás aportando un montón de dinero para el mantenimiento de eso (...) Creo que es superguay y es superinteresante que tengan esa vía de financiación también los palacios, más allá de los impuestos". De hecho, según cifras oficiales los espacios de Patrimonio Nacional albergaron 16

rodajes en 2023 y 18 en 2024 e ingresaron por esta partida 117.00 euros y 256.000 euros, respectivamente.



Kimberley Tell y Joan Amargós en un fotograma de la serie 'Ena' · Fotografía: RTVE

El precio es el que es y, como valora Antonio Vicioso, “a lo mejor para una producción pequeña es complicado acceder a esas tarifas, pero es acorde al sitio. Además, comparado con precios de mercado y lo que te cobran en otros sitios, no es tan caro”. Es más, Juan Gómez-Catalán, quien ha rodado varias producciones en Patrimonio y habla maravillas de su experiencia con ellos, cuenta que en realidad hay palacios en Madrid más caros. Los interiores de la serie original de Prime Video producida por 100 Balas (The Mediapro Studio) y Sayaka Producciones, por ejemplo, se grabaron en el de Santoña y en la Casa de América con tarifas no muy económicas. “Todos los interiores nos han costado muchísimo más dinero. En la Casa de América pagamos 90.000€ por cinco días de rodaje. Es la localización más cara que he pagado en mi vida y la serie más cara de localizaciones que he hecho mi vida, porque querían todo lo más top que había en Madrid. Yo ofrecía, contaba los precios y adelante. Por suerte, porque nunca tenemos presupuesto para nada”, rememora. Y es que, como dice, no tienen nada que ver los presupuestos que se manejan en series para plataformas y en series para cadenas en abierto.

Recrear un palacio de estas características no sale a cuenta no solo por el precio, si no por el resultado. Ya lo apuntaba Cristóbal Garrido al inicio de este reportaje como una de las razones para apostar por un palacio real y se une a su discurso el localizador de la serie protagonizada por Anna Castillo, que señala que “en este caso, con el dineral que hemos pagado podíamos haber construido varias estancias, pero al final es que la diferencia es abismal. Tú ves los interiores de ‘Su Majestad’ y no vas a encontrar una serie que en un plató hayan sido capaces de recrear una cosa parecida”.

Qué se puede hacer y qué no

Con todo aprobado y presupuestado llega el momento de rodar. En ese momento, como ocurre en las instalaciones de Adif también, siempre hay alguien de Patrimonio velando por que se cumpla con las condiciones estipuladas y por el bienestar de los tesoros que albergan sus palacios y jardines. “Los rodajes o grabaciones en los espacios de Patrimonio Nacional deben ser totalmente respetuosos con los espacios y no se puede alterar su decoración. En todo caso, previa valoración de los técnicos de Patrimonio Nacional y siempre que sea compatible con la conservación y el respeto al lugar, se pueden introducir mínimos elementos de atrezo”, apuntan en respuesta a Kinótico. Y añaden que es “la Vocalía de Seguridad de Patrimonio Nacional quien marca las directrices que deberán seguir en cada uno de los rodajes y [estas] se adecuan al espacios seleccionado y a las características del mismo”.



Anna Castillo durante el rodaje de 'Su Majestad' en La Granja de San Ildefonso · Fotografía: María Heras

Esto implica, como explica Cristóbal Garrido, una serie de “condicionantes que no lo hacen fácil, pero porque es lógico. Quiero decir, tú estás rodando una serie de época y no puedes encender velas, porque obviamente no puedes encender fuego dentro de un museo, que es lo que son. Están llenos de muebles, de camas, de cortinas y de cuadros originales. Si eso se quema, tenemos un problema”. Aunque para poder rodar se exija la contratación previa de un seguro, hay daños que no se pueden solucionar con dinero. Entre algunas de las cosas que no pueden hacerse, enumera el cocreador de ‘La vida breve’, está, por ejemplo, “retirar muebles o cuadros, aunque esos cuadros no sean de la época en la que tú estás rodando. No puedes quitarlos. Tienes que pedir un permiso muy complicado, que generalmente te suelen decir que no, con toda la lógica, porque si tú vas a rodar al Louvre, no puedes decir: ‘Apártame a la Mona Lisa’. Porque no te van a dejar y es absurdo. Ya lo borrarás con efectos digitales después”. Eso no es óbice para que el equipo que se encarga de los rodajes tenga “muy buena predisposición”, añade. Más cosas que no están permitidas, “no puedes meter muchos focos porque no puedes subir la temperatura de las salas”.

Contados todos estos 'peros' anclados en la lógica y el sentido común, "lo cierto es que una vez que entras en su juego, las reglas se pueden jugar y nosotros desde luego salimos bien parados, creo que no se notan los condicionantes".

"Todo lo que es el interior, que lo entiendo porque hay que conservarlo, es más difícil de modificar" (Juan Gómez-Catalán García)

Por su experiencia localizando para 'Su Majestad' y la cuarta temporada de 'El Ministerio del Tiempo', Juan Gómez-Catalán tiene otros condicionantes que sumar a la lista de Garrido. Como el peso de los vehículos que van a pasar por encima de los adoquines o la retirada de la cartelería. "Siempre estás hablando qué se puede y qué no. Hay cosas que te dejan y cosas que no (...) En Riofrío me dejaron una vez descolgar un cuadro, pero en el Palacio de San Ildefonso me dijeron: 'No puedes tocar absolutamente nada de lo que hay en el interior, ni mover una silla, ni colocar un actor' (...) Todo lo que es el interior, que lo entiendo perfectamente porque hay que conservarlo, es más difícil de modificar". De la misma forma que no se puede mover o sacar nada, para meter, como explica Cristóbal Garrido, te dan permiso "siempre y cuando no afecte al resto de cosas que hay". Para eso hay que buscar y acondicionar una sala vacía. Y pone un ejemplo muy gráfico: "En el momento en que tú necesitas hacer una comida en una sala y hay una sala perfecta con las mesas y las sillas perfectas, sabes que ahí no vas a poder rodar porque no se va a poder sentar nadie a esa mesa. Así que tienes que irte a una sala vacía y llevar tu mesa y tus sillas".

El Palacio Real, la joya de la corona de los rodajes

Aunque a veces no se pueda encajar un espacio, la repuesta "no es un no rotundo, buscan otra forma de hacerlo", apunta Vicioso. Él, por ejemplo, ha logrado rodar para 'Ena' en el Palacio Real, que, como se explica en las bases, "solo será espacio para rodajes no informativos de manera excepcional y tendrá las siguientes tarifas: jornada completa: 8.000€ / Media jornada: 6.000€". "En el Palacio Real, donde están sus oficinas y son casi todos los actos de la Corona, actos oficiales, es casi imposible rodar una serie porque [un rodaje] mueve mucho. 'Ena', que es una serie que habla de la Corona, además de una forma muy documental, les gustó a Patrimonio y sí que conseguimos hacer algo, para ubicar la serie". El contenido importa y puede ser determinante. De ahí que haya que especificar la sinopsis en la solicitud y de que Juan Gómez-Catalán García reconozca que "no las tenían todas" consigo con la ficción creada por Diego San José y Borja Cobeaga por ser el tema que es (un rey huido con problemas legales) y tener la serie el tono que tiene (comedia). Pero no solo no le pusieron pegas, sino que tampoco le pidieron ver lo grabado después. "Pensé que a lo mejor sí que me pedían algo, pero no, no me pidieron nada", recuerda.

Y si el Palacio Real es el más complicado para rodar por disponibilidad, Antonio Vicioso cree que hay otros espacios como Aranjuez o el Palacio de La Granja, abiertos al público, en los que "se puede rodar más o menos bien organizándolo con tiempo". Añade que también depende de la escena en cuestión, "que no es lo mismo un tiroteo que una conversación en los jardines"; o que sitios más pequeños como pueden ser

Riofrío y la Quinta del Duque de El Pardo, donde "casi no hay limitación" porque son más pequeños, menos conocidos y con menos afluencia de visitantes. Estos son más cómodos para un rodaje. Para el jefe de localizaciones de 'Su Majestad', "el más fácil, donde más a gusto estuvimos, fue en el Palacio de Riofrío, porque no tiene un volumen de visitas tan importante como La Granja de San Ildefonso. Es un palacio que está como en el olvido un poco. Nosotros recreamos ahí, me acuerdo, el interior del Museo del Prado, cuando en la Guerra Civil lo bombardearon y sacaron todos los cuadros, se los llevaron a Valencia y de ahí a Suiza para salvarlos. Javier Olivares consiguió rodar en El Prado, me hizo una carta que me ayudó un montón, pero rodar allí te cuesta una hora 12.000€". Así que grabaron "los recursos más importantes del museo y luego todo el interior en la parte de arriba de Riofrío, que está como abandonada y te da un poco la misma arquitectura. Estuvimos ahí divinamente". En cuanto a dureza o dificultad, destaca San Ildefonso, "porque hace mucho frío. Si estás muchos días el equipo está cansado de ir y volver. Se hace más duro ahí".



Carlos Scholz y Alicia Armenteros en un fotograma de la serie 'La vida breve' · Fotografía: Movistar Plus+

Ni 'La Favorita' ni 'La Promesa': esta serie de época española solo tiene seis episodios y arrasa en streaming

Esta serie española de época está arrasando en Movistar Plus+ y no tiene nada que envidiarle a 'Los Bridgerton' o 'La Promesa'. 'La vida breve' es un pelotazo.



Alberto González · 11:22 28/5/2025

Las series de época están de moda. En los últimos años hemos visto grandes éxitos como Los Bridgerton, y en la televisión española ficciones como La Favorita y La Promesa arrasan en la parrilla de la pequeña pantalla. Sin embargo, mientras algunos portales apuestan por el true crime y el thriller, esta producción está siendo un éxito sin parafernalia ni promoción: hablamos de La vida breve, un miniserie de apenas seis capítulos que ha sorprendido a propios y extraños.

Olvida 'La Favorita' y 'La Promesa': esta serie española de época apenas tiene seis episodios y domina las plataformas de streaming

La producción, creada por Cristóbal Garrido y Adolfo Valor, destaca por una narrativa vibrante y un reparto de primer nivel que incluye a Javier Gutiérrez, Leonor Watling, Carlos Scholz y Alicia Armenteros. La vida breve, disponible en Movistar Plus+, es una auténtica joya dentro del catálogo de la plataforma española.



La vida breve

La historia gira en torno a Luis I, interpretado por Scholz, un joven heredero que se ve catapultado al trono cuando su padre, Felipe V (Gutiérrez), decide abdicar. En apariencia, un ascenso prometedor para un príncipe inocente y lleno de energía, pero pronto la realidad de la corona se revela implacable. Entre la obligación de casarse con una Luisa de Orleans (Armenteros) poco convencional —rebelde y deslenguada— y el drama personal que ello implica, se suman las intrigas palaciegas tejidas por Isabel de Farnesio (Watling), la astuta madrastra que maneja los hilos desde las sombras.

El paralelismo con La reina Carlota, la miniserie derivada de Los Bridgerton, es inevitable, especialmente por la forma en que ambas series reinterpretan figuras históricas femeninas con gran fuerza y carisma, situándolas como piezas clave de un poder que, aunque invisible, marca el destino de sus reinos. Isabel de Farnesio y Carlota comparten ese aura de dominio velado y una influencia decisiva sobre monarcas frágiles o perturbados.

> “ La serie busca ofrecer una imagen fresca sobre la sucesión de Felipe V en España

Felipe V, con sus delirios y crisis mentales, no dista tanto del Jorge retratado en Los Bridgerton. Más allá de las coincidencias, ambas propuestas adoptan una mirada fresca y moderna sobre el siglo XVIII, una estrategia necesaria para conectar con el público actual sin caer en el academicismo ni en la rigidez histórica.

Si buscamos una serie que te haga reír, emocionarte y sorprenderte con las vueltas de tuerca de una familia real tan poco convencional como fascinante, La vida breve es una apuesta segura. Perfecta para devorar en una tarde y dejarse llevar por ese impulso inconfesable de maratonear un título que, sin hacer ruido, ha demostrado que las series de época aún pueden dar mucho que hablar.



El rodaje de la segunda temporada de la serie Marbella llega al barrio de Arenales en Las Palmas. / EFE

CULTURA

El rodaje de la segunda temporada de la serie Marbella llega al barrio de Arenales en Las Palmas

La exitosa producción de Movistar Plus+ vuelve a elegir escenarios canarios para su trama sobre el crimen organizado en la Costa del Sol

ATLÁNTICO HOY 28 de mayo de 2025 (23:16 CET)

La segunda temporada de la serie Marbella, una de las producciones originales más exitosas de Movistar Plus, ha llevado su rodaje estos días al barrio de Arenales, en Las Palmas de Gran Canaria. La capital grancanaria vuelve a convertirse así en un plató natural para una historia que explora las redes del crimen organizado con un enfoque realista y cinematográfico.

Protagonizada por Hugo Silva y Ana Isabelle Acevedo, la serie está basada en una investigación periodística de Nacho Carretero y Arturo Lezcano, que destapó la presencia de más de cien bandas internacionales operando en la Costa del Sol. Esta segunda entrega continuará siguiendo a César, un abogado atrapado en los entresijos del narcotráfico, en una trama que mezcla drama y thriller inspirados en hechos reales.

Repite en la Isla

Gran Canaria, que ya fue escenario de la primera temporada, vuelve a acoger parte importante del rodaje gracias a su diversidad paisajística y a los incentivos fiscales para producciones audiovisuales. Además del barrio de Arenales, otras localizaciones

de la isla como el sur de Gran Canaria también forman parte del calendario de grabación.



Fotograma de la primera temporada de 'Marbella'. / MOVISTAR+

La dirección corre de nuevo a cargo de Dani de la Torre, con guion de Alberto Marini, y la producción está en manos de Buendía Estudios Canarias. El equipo ha recreado con detalle espacios urbanos que reflejan la conexión entre diferentes enclaves del crimen global, consolidando así la apuesta por Canarias como escenario de alto nivel para series internacionales.

Apuesta de Movistar+

La serie Marbella se ha consolidado como una de las ficciones más vistas de Movistar Plus desde su estreno en mayo de 2024, destacando por su tono crudo, su estética cuidada y su retrato del impacto social del narcotráfico.

El rodaje en Arenales no ha pasado desapercibido para los vecinos del barrio, que han visto transformadas sus calles por la ambientación de la producción, lo que refuerza también el atractivo de Las Palmas de Gran Canaria como ciudad acogedora para el cine y la televisión.

La RFEF pide 6,5 millones por la TV de la Supercopa y valora Primera Federación en 5 millones

La Federación mantiene el precio de reserva del torneo de Arabia Saudí y rebaja en dos millones lo que pedía hace dos años por Primera Federación. Tras cortar con ATM Broadcast, su nuevo socio podrá emitir esta liga y la de fútbol sala por 7 millones.



Jabier Izquierdo 29 de mayo de 2025

La Real Federación Española de Fútbol (Rfef) sale al mercado en busca de las televisiones que emitirán sus principales competiciones. A la espera de ver qué sucede con la comercialización de los derechos audiovisuales de la Copa del Rey, el organismo ya ha actualizado el precio para quien quiera emitir la Supercopa de España, la Primera Federación y la Primera División masculina de fútbol sala en territorio nacional. Por la Supercopa pide 6,5 millones por temporada y a la Primera Federación la valora en 5 millones, con ligeros crecimientos interanuales, para el ciclo 2025-2028, según documentación a la que ha tenido acceso Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook.

Finalmente, por la máxima categoría del futsal español fija un precio de reserva de 1,5 millones por temporada, valoración muy similar a la que le dio LaLiga en su acuerdo con la Lnfs y que fue boicoteado por Luis Rubiales cuando llegó a la presidencia de la federación.

Lo cierto es que ninguno de los tres concursos refleja grandes diferencias respecto a los ingresos que venía reportando a la Rfef. Quizá el mayor cambio llega respecto a la valoración que le daba el organismo que hoy preside Rafael Louzán a la Primera Federación hace dos años. Entonces, pedía un mínimo de 7 millones –menos de la mitad, eso sí, de los 15 millones que esperaba obtener cuando Rubiales creó la categoría–.

La alianza con el último socio audiovisual de Primera Federación, ATM Broadcast, apenas ha durado dos años. La compañía, que emitía los partidos por FEF TV, valoraba los derechos de la categoría en 5 millones de euros anuales. Poco después de la firma del acuerdo, incorporó el fútbol sala, aunque se desconoce en cuánto lo tasaba.

Ya en la primera temporada, la alianza se resintió, primero con la pronta eliminación del fútbol sala femenino de la oferta, y después por la necesidad que tuvo la Federación de aportar sobre la campana –a pocos días del 30 de junio, fecha de cierre económico de los clubes– un "complemento" de 2,3 millones de euros. Un uso de fondos propios que tenía relación con los cobros prometidos a los equipos por la cesión de sus derechos audiovisuales.

Adiós al veto a LaLiga

El otro punto a destacar en los tender es que ya no excluyen a LaLiga+, la OTT de LaLiga. Hasta ahora, la Rfef había incluido un punto en el que se imposibilitaba a presentar oferta a entidades que sean "miembros de la Rfef (federaciones autonómicas, clubes de fútbol y otros miembros) o ser una entidad o empresa participada por la entidad que incurra en conflicto de intereses".

La notable mejoría en las relaciones entre los dos grandes organismos del fútbol español desde la salida de Rubiales de la Ciudad del Fútbol podría llevar a una entente entre ambas partes en este aspecto. Si LaLiga se decidiera a invertir en estas dos competiciones, el precio máximo que debería asumir sería de 6,9 millones en 2027-2028, con los ligeros incrementos que incorpora el tender durante el ciclo trianual.

Apuesta por las plataformas de streaming

Lo que parece evidente es que el nuevo socio de la Rfef para la Primera Federación y el fútbol sala será una plataforma de streaming. El motivo es que ambos concursos salen con un lote único por el que el ofertante deberá emitir todos los partidos de ambas competiciones en directo. Esto elimina, de facto, el margen de maniobra para canales lineales como RTVE o Mediaset.

A día de hoy, las únicas OTTs en España que han apostado por paquetes de derechos de este tipo son LaLiga+, Dazn y Gol Stadium, la plataforma creada por Mediapro para eventos como el Mundial de Qatar 2022 o el Mundial de baloncesto de 2023. Eso sí, hay un asterisco con el futsal: RTVE seguirá emitiendo los partidos que ya tenía asignados en virtud de su acuerdo para el ciclo 2023-2026. Tras esta próxima temporada, a priori, el futsal caería de la televisión en abierto.

El filón de la Supercopa en Arabia

Respecto a la Supercopa de España, cuya gran revalorización se dio en el anterior ciclo –pasó de 4 millones a más de 6 millones–, está por ver si continúa en Movistar+, que aporta la mayor parte de los 11 millones de euros anuales que percibe la Rfef por la venta de la televisión del torneo a nivel global.

Además, la alianza federativa con la televisión de Telefónica también abarca la Copa del Rey, por la que paga algo menos de 14 millones de euros por temporada. El contrato ha expirado este curso, y próximamente deberá salir ya el contrato para las tres próximas temporadas.

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 2
AVE: 3734 €
ÁREA: 68 CM² - 25%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6335
OTS: 73000
SECCIÓN: OPINION

29 Mayo, 2025



El Tsunami

¿Quién ocupará el lugar de Gol Play?

El pasado fin de semana se celebró la última jornada de la Liga de Fútbol de Primera División. Y como siempre, la cadena Gol Play ofreció un encuentro de dicha jornada. Pero el Espanyol-Las Palmas que emitió la cadena de Mediapro no era un partido más para Gol Play. De hecho fue el último de la máxima competición española de fútbol que se podrá ver en esta cadena tras la decisión de La Liga de no renovar los derechos de emisión en abierto a la productora fundada por **Jaume Roures**. Esta pérdida conllevará además el adiós de este canal deportivo de la TDT. Algo que se producirá el próximo 10 de junio. La marcha de Gol Play genera una pregunta que muchos ya se están haciendo: ¿quién ocupará su lugar en la TDT?. Hace no mucho se comentaba que dicho espacio sería ocupada por el canal en abierto que Moncloa pretendía que Prisa lanzara. Una maniobra que ha generado una guerra sin cuartel en la editora de *El País* y la *SER* y que, de momento, ha ganado el presidente de la compañía, **Joseph Oughourlian**, contrario a esta iniciativa. Pero esto no quiere decir que Pedro Sánchez no logre al final su objetivo de contar con una cadena "amiga" más en abierto. De hecho, los últimos rumores apuntan a que dicho espacio será ocupado por Telefónica. Una empresa controlada por la Sepi, que tiene el 10% de su accionariado, y con sobrada experiencia televisiva, como demuestra su plataforma de pago Movistar Plus. El tiempo dirá, pero todo apunta a que el espacio que dejará de ocupar Gol Play el próximo 10 de junio será rápidamente ocupado. Eso sí, está por verse si finalmente Telefónica será la encargada de cubrir ese hueco en la TDT.



Espanyol-Las Palmas del 24 de mayo, último partido de 1ª en Gol Play. EE

Los rumores apuntan a que Telefónica podría ocupar el lugar en la TDT de Gol Play

PUCK

YouTube's Disney War

The video platform's surprise acquisition of a high-level Disney executive is the latest, and most poignant, strategic advance in its high-stakes, ongoing battle to become the go-to hub for the burgeoning sports media multiverse.



A few months ago, YouTube C.E.O. Neal Mohan spoke explicitly about the investment the business is making into its Primetime platform, which will offer audiences access to their favorite entertainment outside of YouTube through one unified app, on top of YouTube and YouTube TV. Photo: Philip Pacheco/Bloomberg/Getty Images

Julia Alexander May 27, 2025

These days, YouTube haunts the hallways of Disney, from Burbank to Hudson Square, and for very good reason. The video platform has doubled its share of total TV minutes watched in the U.S., to more than 12 percent, while Disney+ and Hulu combined have hovered between 5 and 6 percent. So it was hardly a surprise, last week, when Disney unleashed the legal hounds after Justin Connolly, its former head of distribution partnerships, announced that he was decamping to YouTube to lead the company's sports media business.

Live sports is the final frontier of legacy media—and it's also the turf that YouTube most wants to seize. The company recently hired the NBA's Jen Chun to run its YouTube TV business; announced a deal to broadcast the NFL's São Paulo game globally on its main video platform; and, of course, agreed to pay $2 billion annually for Sunday Ticket exclusivity some two years ago. At the moment, YouTube is talking with MLB teams over prospective game packages. It was even a lowkey front-runner in the recent NBA negotiations.

Connolly's recruitment was simply the most explicit signal of YouTube's ambitions. And what stings most here isn't that he was beloved. (Connolly was once a contender to run ESPN, before the job went to current chairman Jimmy Pitaro.) It's the fact that YouTube is pursuing a larger, more well-capitalized version of ESPN's own playbook—it wants to be the nexus in a heavily fragmented space.

A remarkable 53 percent of sports fans in the U.S. say that streaming has made it too complicated to watch their favorite teams, according to a 2024 YouGov poll, and far too expensive to watch live sports. In order for YouTube to become the preeminent hub for sports, the company needed a connected executive to bring in more exclusive rights and partner with individual and niche streaming services across YouTube TV and YouTube Primetime Channels. And now they've got their guy.

More Aggregation Theory

The smuggler's route between Burbank and Bristol flows both ways, of course. Last year, Disney C.E.O. Bob Iger poached longtime YouTube executive Adam Smith to become the company's C.T.O. Since then, Smith has built out his own team, including product genius Dimitri Kontopidis, who will lead technology strategy across Disney D.T.C. products, like ESPN's upcoming app; and longtime YouTube and Meta product engineer Andre Rohe, who will head up the company's D.T.C. engineering business. (Disclosure: I used to work at Disney.)

On some level, none of this is surprising. A decade into the streaming wars, everyone is looking at the same data and making reasonably similar conclusions. Even if the costs of league rights are rising, sports are the only category that consumers are willing to pay an add-on for, and that advertisers will flock to, in both traditional and non-traditional formats. That's why companies like Comcast are adding R.S.N. packages on top of Peacock, and YouTube is investing in add-on services for sports, like cycling, as part of its YouTube Premium plans. A few months ago, YouTube C.E.O. Neal Mohan spoke explicitly about the investment the business is making into its Primetime platform, which will offer audiences access to their favorite entertainment outside of YouTube through one unified app, on top of YouTube and YouTube TV. The company is also about to roll out a forthcoming suite of Google editing tools that promise to create dazzling videos to better compete with traditional entertainment.

YouTube's advantage isn't just cash, which obviously matters, but also its product-first culture. Disney, in comparison, has too many products, resulting in a bottomless source of customer frustration. And the tech stacks that power all of these different operations make seamless integration across services profoundly difficult. Former Disney C.T.O. Aaron LaBerge has talked about how seemingly minor details—like poster art for a title—posed significant challenges when integrating Hulu titles into Disney+ last year.

Disney executives know this, and want to correct any misperceptions that they aren't a tech-first company—one focused on full interoperability across all available content, from live sports through ESPN to live television through Hulu+Live TV, without forcing users to jump between different platforms. Iger has mentioned tech improvements on nearly every earnings call since his return, boasting to analysts that there will be "significant technology improvements" to the platform. Pitaro has referred to the lead-up to ESPN's new standalone service as an "all hands on deck" moment from a product perspective.

And while the company has a history of innovation and has far outpaced its legacy mediaco peers, it's hard to move fast and break things at a $200 billion market cap operation that's going through a succession challenge and has such deeply rooted relationships in legacy media. One former senior D.T.C. employee, who recently left Disney to work on a competitor's platform, told me that the lack of tech innovation was a cause for their departure.

Disney's biggest advantage, which anyone inside the company will tell you, is its content. This is never more true than with sports. The problem is that Disney needs those expensive, rented games to entice subscribers in the United States to spend $30 a month on yet another service. YouTube doesn't need to offer more incentives for consumers to engage with its platform—leadership merely sees an advertising and subscription opportunity as more longform content is created and sought out by audiences globally.

When Smith joined Disney, he specifically called out the company's "unique positioning to thrive in this next evolution of entertainment and sports." Connolly, meanwhile, is betting that YouTube can beat Disney to the punch of becoming the go-to hub for all sports needs: live games, yes, but also podcasts, niche subscriptions, and athletes' continued pivot to content creation. And he may be looking out with a longer telescope. After all, no less than Stephen A. Smith negotiated to keep pursuing side opportunities—like his YouTube channel with more than 1 million subscribers—as part of his $100 million renewal with ESPN.

PALCO23

MEDIA

Mediapro reordena su cúpula directiva: 29 directivos conforman la estructura de poder

El movimiento más destacado es la incorporación de Kevin Chung Kiu Shum como nuevo consejero, en sustitución a Ka Hei Ha, quien ha sido revocado del cargo. Este relevo refuerza la presencia internacional en el consejo del grupo.



Mediapro, con la reestructuración de su estructura de poder busca "dotar a la empresa de una estructura más ágil".

Mar Sierra 29 may 2025 - 05:00

Mediapro se renueva. El grupo de medios catalán ha realizado una importante reestructuración en su cúpula directiva, con una combinación de revocaciones y nuevos nombramientos que redefinen la estructura de poder del grupo audiovisual. Según consta en el Boletín Oficial del Registro Mercantil (BORME), un total de 29 personas integran ahora el núcleo directivo, entre profesionales que mantienen su presencia con nuevos poderes y nuevas incorporaciones al organigrama.

El movimiento más destacado a nivel societario es la incorporación de Kevin Chung Kiu Shum como nuevo consejero, en sustitución a Ka Hei Ha, quien ha sido revocado del cargo. El nuevo consejero es un abogado con una trayectoria internacional en el ámbito jurídico y empresarial.

Asimismo, ha ocupado cargos como consejero en varias empresas del sector audiovisual en Imagina Media Audiovisual SA antes de su reciente nombramiento en Mediapro. Según el BORME, fue nombrado consejero de Imagina y Joye Media SL en agosto de 2022. Ambos directivos se han ido turnando el puesto de consejero junto a otros de sus compañeros en la cúpula directiva desde 2023.

Mediapro, con la reestructuración de su estructura de poder busca "dotar a la empresa de una estructura más ágil"

Un grupo de doce profesionales que formaban parte del anterior esquema directivo conservan su presencia, aunque en algunos casos han cambiado de tipo de apoderamiento. Se trata de una renovación interna que combina continuidad con ajuste de funciones. Entre los que continúan vinculados a Mediapro se encuentra Josep Maria Benet Ferran, Carme Anglada Dordal y Pablo Bas Lostao, entre otros.

Estos profesionales han sido confirmados como apoderados en diferentes modalidades, mayoritariamente solidarios o solidarios/mancomunados, reforzando su rol operativo en la compañía. Por otro lado, la reestructuración también supone la entrada de 17 nuevas personas en la cúpula directiva de Mediapro, ampliando y diversificando su estructura de poder.

Entre los nuevos apoderados solidarios se encuentran José Gandaria Romero, Ana Martí Rodes, Carolina Martínez Gómez, Sergi Martínez Mudara y Ana Riera Fernández, entre otros. Por su parte, entre los nuevos apoderados solidarios/mancomunados están Marta Ezpeleta De La Fuente, Daniel Margalef Sosa, Oliver Seibert y David Xirau Trias, entre otros.

Esta renovación busca dotar a la empresa de una estructura más ágil y adaptada a los retos actuales del entorno audiovisual global, manteniendo parte de su equipo histórico mientras se refuerza con nuevas incorporaciones estratégicas.

Grup Mediapro crece en Norteamérica como 'host broadcaster' de la Liga Pro Pádel

El grupo de medios, a través de su filial estadounidense, será el responsable de producir y distribuir la señal audiovisual de la Liga Pro Pádel que se disputará desde junio hasta octubre en varias ciudades de Estados Unidos, España y México.



2Playbook 28 de mayo de 2025

Grup Mediapro crece en Norteamérica como host broadcaster de la Liga Pro Pádel. El grupo de medios será el responsable de producir y distribuir la señal audiovisual de la competición, que se disputará desde junio hasta octubre en varias ciudades de Estados Unidos, España y México.

El grupo ha dispuesto un amplio dispositivo para llevar a cabo esta cobertura internacional desde Miami (Estados Unidos), San Sebastián (España), Guadalajara (México) y Los Hamptons y Nueva York (Estados Unidos). La capacidad técnica, con 50 oficinas en todo el mundo, será clave para afrontar una producción internacional de estas características. Grup Mediapro dispondrá una unidad móvil con 6 cámaras para producir la señal audiovisual que distribuirá a 10 right holders (Tennis Channel, Fran Duel TV, Game+) para que aficionados del deporte en todo el mundo puedan seguir la competición.

Las instalaciones del grupo en Miami también acogerán en junio el torneo que se dispute en la ciudad, el primero de toda la serie. La compañía cuenta con un centro de producción en Florida, con más de 10.000 m2, 7 platós y el Wayfair Arena; una gran instalación, con capacidad para 850 personas, que el grupo adecua para eventos. En el Wayfair Arena también se celebró, a principios de año, el torneo de baloncesto Unrivaled y ahora se preparará para que se pueda disputar el primer Pro Pádel de la temporada.

La Liga F crece un 7% y roza los 400.000 espectadores acumulados en las gradas en 2024-2025

La liga femenina de fútbol ha cerrado la temporada con una ligera mejora en la asistencia gracias a haber disputado hasta 44 partidos en estadios de LaLiga. Su audiencia televisiva acumulada fue de 6,7 millones de espectadores, una mejora del 90%.



2Playbook 28 de mayo de 2025

La Liga F Moeve cierra 2024-2025 con una mejora tanto en audiencia como en asistencia a los estadios. La liga femenina de fútbol ya roza los 400.000 espectadores acumulados en las gradas tras lograr un crecimiento del 7% respecto al año anterior, cuando superó los 370.000 aficionados por partido, según datos extraídos de Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook.

La media de espectadores por partido fue de en torno a 1.650 personas. La competición destaca que "gracias a iniciativas como el proyecto fan experience y el compromiso de los clubes se han celebrado 44 partidos en grandes estadios, frente a los 30 de la temporada pasada". Además, SD Eibar y RC Deportivo han disputado todos sus encuentros como locales en Ipurua y Riazor, respectivamente. La liga no ha presentado datos de asistencia equipo a equipo, aunque el FC Barcelona es el club que vuelve a liderar esta clasificación.

Por otro lado, la audiencia de la Liga F congregó a 6,7 millones de espectadores acumulados frente a la pantalla. Es una mejora del 90% respecto a la temporada anterior y, de nuevo, el crecimiento se achaca a las blaugranas. Su partido contra el Real Madrid superó los 540.000 espectadores, cuatro veces más que hace un año.

La organización ha destacado que "la estrategia de visibilización de Liga F y el esfuerzo colectivo de los clubes y futbolistas por impulsar el fútbol femenino en nuestro país se refleja en el notable crecimiento y la evolución de estos indicadores de audiencias récord, estadios cada vez más llenos y una comunidad digital en auge".

2Playbook

Competiciones

La Bundesliga renueva a los directores generales de sus filiales internacional y digital hasta 2028

Peer Naubert y Bastian Zuber seguirán al frente de Bundesliga International y DFL Digital Sports, respectivamente, como parte de la estrategia de continuidad en el liderazgo del grupo mediático de la liga alemana.



2Playbook 28 de mayo de 2025

La Bundesliga renueva a dos de sus principales ejecutivos. La DFL Deutsche Fußball Liga (DFL) ha renovado los contratos de Peer Naubert y Bastian Zuber como directores generales de Bundesliga International y DFL Digital Sports, respectivamente. Ambos ejecutivos continuarán en sus cargos al menos hasta 2028, según ha confirmado la liga alemana en un comunicado.

Naubert, que forma parte del grupo DFL desde 2018, es responsable de la estrategia internacional de marketing de la Bundesliga. Bajo su gestión se incluyen los derechos audiovisuales internacionales de Bundesliga y Bundesliga 2, los acuerdos globales de patrocinio y licencias, así como la ejecución de la estrategia comercial internacional. Previamente trabajó en Sportfive como vicepresidente sénior de desarrollo de mercado.

"Pese a los retos del mercado, Peer Naubert y su equipo han logrado compensar las caídas provocadas por la pandemia y generar crecimiento", ha señalado Steffen Merkel, consejero delegado de la DFL y presidente del consejo de supervisión de Bundesliga International. "Con su experiencia y liderazgo, es una pieza clave en nuestra estrategia de crecimiento", ha añadido.

Por su parte, Zuber trabaja en DFL Digital Sports desde su creación en 2012, donde comenzó como director comercial. Fue nombrado director general en 2019 y desde enero de 2024 también lidera la dirección de desarrollo digital del grupo, encargada de impulsar nuevas iniciativas tecnológicas y proyectos de crecimiento vinculados al ecosistema digital de la Bundesliga.

Según Marc Lenz, consejero delegado de la DFL y presidente del consejo de supervisión de DFL Digital Sports, "las plataformas digitales son esenciales para acercar la Bundesliga a los aficionados de todo el mundo". Lenz ha destacado que "Zuber ha reforzado la oferta digital de la liga y su contribución es clave para el posicionamiento global de los clubes".

La continuidad de ambos ejecutivos forma parte de la estrategia de consolidación de la Bundesliga como una de las competiciones más internacionalizadas del fútbol europeo, en un contexto en el que las principales ligas están reforzando sus estructuras mediáticas y digitales para competir por cuota global de atención y negocio.

Las series míticas de los años 90 podrás verlas en el nuevo canal VinTV. AMC mete presión tras la ruptura con Movistar Plus+

Emitirá series como Alf, V, Ally McBeal, Las chicas de oro, Sensación de vivir, Melrose Place, Twin Peaks o Expediente X



VinTV

Plokiko 28.05.2025

Tras la reciente salida de los 14 canales de AMC Networks de la parrilla de Movistar Plus+, la compañía ha lanzado **VinTV, un nuevo canal dedicado a las series más emblemáticas de los años 90**. Este movimiento estratégico busca reforzar su presencia en el mercado de la televisión de pago en España y destacar frente a otras plataformas.

Un canal para los nostálgicos de los 90

VinTV se presenta como el canal más "vintage" de la televisión, ofreciendo una programación centrada en las series que marcaron la década de los 90. Entre los títulos que se podrán disfrutar se encuentran:

- **Alf**: Las divertidas aventuras del extraterrestre peludo que conquistó a una familia suburbana.
- **Ally McBeal**: Una abogada excéntrica navega entre casos legales y enredos personales en un bufete lleno de personajes tan neuróticos como entrañables.
- **Las chicas de oro**: Cuatro mujeres jubiladas comparten casa y sabiduría en una comedia afilada sobre la amistad, el amor y la tercera edad.
- **Melrose Place**: Serie que retrata la vida de un grupo de jóvenes adultos en un complejo de apartamentos en Los Ángeles.
- **Sensación de vivir (Beverly Hills, 90210)**: Las historias de un grupo de adolescentes en el exclusivo barrio de Beverly Hills.
- **Dawson crece**: Drama adolescente que explora las complejidades de la juventud y la amistad.
- **Twin Peaks**: Un agente del FBI investiga el asesinato de Laura Palmer en un pueblo donde nada es lo que parece.
- **Expediente X**: Los agentes Mulder y Scully investigan lo paranormal en una mezcla adictiva de ciencia ficción, conspiraciones y suspense.
- **Doctor en Alaska**: Un médico neoyorquino se enfrenta al choque cultural de trabajar en un pueblo remoto y excéntrico de Alaska.
- **V**: Invasión alienígena disfrazada de amistad intergaláctica; la lucha por la verdad se vuelve cada vez más desesperada.
- **Verano azul**: Un grupo de adolescentes vive un verano inolvidable en la costa española, entre descubrimientos y despedidas.
- **El hombre y la Tierra**: La serie documental de Félix Rodríguez de la Fuente que revolucionó la forma de contar la naturaleza en televisión.
- **Corrupción en Miami**: Estilo, velocidad y crimen en los bajos fondos de Florida, con detectives que marcaron tendencia.
- **Se ha escrito un crimen**: Jessica Fletcher, una escritora de novelas de misterio, resuelve asesinatos mejor que la policía.
- **Magnum P.I.**: Un detective privado con bigote legendario, coches deportivos y el Hawai más soleado.

- **El coche fantástico**: Un hombre, un coche parlante y un sinfín de misiones contra el crimen.
- **Campeones: Oliver y Benji**: Fútbol, superación y partidos eternos donde cada jugada era una hazaña legendaria.

Estos títulos representan una selección de las series más icónicas de la época, ofreciendo a los espectadores la oportunidad de revivir momentos inolvidables de la televisión.

¿Dónde se puede ver VinTV?



VinTV estará disponible en diversas plataformas de televisión de pago en España, incluyendo Orange TV, Jazztel TV, Vodafone TV, Yoigo TV, MásMóvil TV, PepeTV, Euskaltel, R, Telecable, Virgin, Avatel, Tivify, Digi y hasta 200 operadores de cable locales. Sin embargo, no estará disponible en Movistar Plus+, tras la ruptura con AMC Networks.

Este lanzamiento refuerza la estrategia de AMC Networks de diversificar su presencia en el mercado español y ofrecer contenido exclusivo a través de múltiples operadores, incrementando así las diferencias con Movistar Plus+. Comenzará sus emisiones el **1 de julio de 2025**.

Movistar Plus+ pierde capital emocional

VinTV no es solo un canal que emite series antiguas. En un contexto audiovisual donde el contenido fragmentado y la personalización son clave, apostar por la nostalgia es también apostar por un vínculo emocional muy potente con el espectador. **Movistar Plus+** pierde con VinTV algo más que contenido: **pierde capital emocional**.



Series como *Sensación de vivir*, *Dawson crece* o *Embrujadas* no solo evocan recuerdos, sino que conectan generaciones: padres que las vieron en su juventud, hijos que pueden descubrirlas ahora, y una identidad cultural compartida.

Durante años, Movistar Plus+ se ha posicionado como una plataforma de referencia en España, en parte gracias a su capacidad para concentrar **contenidos exclusivos y alianzas estratégicas**. La salida de AMC Networks y la imposibilidad de ofrecer un canal como VinTV debilita ese posicionamiento.

Las plataformas rivales ganan una herramienta de marketing poderosa con la que atraer a un público nostálgico o familiar, y remarcar la idea de que su **catálogo es más variado, más emocional y más inclusivo**.

La carencia de VinTV en Movistar Plus+ es más que una anécdota de programación. Es un síntoma de una tensión estructural que, si no se corrige, puede dejar a la plataforma atrás en una industria donde la conexión con el espectador a través del contenido, la emoción y la memoria, lo es todo.

Las series míticas de los 90 encuentran nuevo hogar: así es VinTV, el canal que llega tras la marcha de AMC de Movistar Plus+

Podrá verse en plataformas como Orange TV, Jazztel TV, Vodafone TV, Yoigo TV, MásMóvil TV, PepeTV y muchas más



Jose Antonio Carmona 28.5.2025

La oferta de contenido televisivo en streaming suma un nuevo protagonista en nuestro país. Si eres usuario de plataformas como Orange TV, Jazztel TV, Vodafone TV y otras similares, **prepárate para dar la bienvenida a VinTV**.

Este nuevo canal, respaldado por AMC, está especialmente dirigido a los amantes de la nostalgia. Su propuesta es reunir en un solo espacio algunas de las series más icónicas de las décadas pasadas, aquellas que dejaron huella en toda una generación. VinTV aterriza como **una alternativa atractiv**a tras la salida de los 14 canales de AMC Networks del catálogo de Movistar Plus+.

Para los noventeros



VinTV es un canal diseñado para revivir las series que dejaron huella en la televisión durante la década de los 90. Su programación **rinde homenaje a una generación de ficciones** que marcaron a toda una audiencia, ofreciendo una cuidada selección de títulos icónicos que definieron una era. Entre las series que podrán disfrutarse en VinTV se encuentran auténticos clásicos que combinan nostalgia, humor, drama y personajes inolvidables, como:

- **ALF**: Las disparatadas peripecias de un simpático alienígena peludo que acaba viviendo con una familia típica del extrarradio estadounidense.
- **Ally McBeal**: Una abogada poco convencional intenta equilibrar su caótica vida personal con los enredos legales y emocionales en un bufete lleno de personajes tan extravagantes como entrañables.
- **Las chicas de oro**: Cuatro mujeres jubiladas comparten casa, experiencias y afilados diálogos en una comedia inolvidable sobre la amistad y el paso del tiempo.
- **Melrose Place**: Intrigas, romances y traiciones entre un grupo de jóvenes que comparten un complejo de apartamentos en el corazón de Los Ángeles.
- **Sensación de vivir (Beverly Hills, 90210)**: La vida, los conflictos y las relaciones de un grupo de adolescentes en uno de los barrios más exclusivos de California.

- **Dawson crece**: Una mirada intensa a las emociones, sueños y dilemas de la adolescencia en un pequeño pueblo costero.
- **Twin Peaks**: Un agente del FBI investiga la misteriosa muerte de una joven en un pueblo donde la realidad parece desdibujarse entre lo extraño y lo sobrenatural.
- **Expediente X**: Dos agentes del FBI, con enfoques opuestos, se sumergen en casos inexplicables donde lo paranormal y las conspiraciones gubernamentales se entrelazan.
- **Doctor en Alaska**: Un médico de ciudad se traslada a un remoto pueblo lleno de personajes peculiares, donde todo lo que creía saber se pone a prueba.
- **V**: Detrás de una aparente misión de paz, una raza alienígena oculta oscuros propósitos, y la humanidad deberá luchar por sobrevivir.
- **Verano azul**: Un grupo de chicos vive unas vacaciones inolvidables en la costa andaluza, en una historia entrañable de amistad, crecimiento y despedidas.
- **El hombre y la Tierra**: La icónica serie de Félix Rodríguez de la Fuente que cambió para siempre la forma de mostrar la vida salvaje en televisión.
- **Corrupción en Miami**: Moda ochentera, coches deportivos y peligrosas misiones en el mundo del crimen de Florida, con dos detectives que se convirtieron en leyenda.
- **Se ha escrito un crimen**: Jessica Fletcher, una escritora de misterio, resuelve asesinatos con más intuición que la propia policía.
- **Magnum P.I.**: Un carismático detective privado con bigote icónico, coches de lujo y aventuras bajo el sol de Hawái.
- **El coche fantástico**: Michael Knight y su inseparable coche inteligente, KITT, luchan contra el crimen con tecnología futurista y acción sin límites.
- **Campeones: Oliver y Benji**: Partidos de fútbol épicos y sueños imposibles en una serie donde cada gol era un logro titánico.

¿Dónde ver VinTV?

VinTV **podrá verse en diversas plataformas de televisión** de pago en España a partir del 1 Julio de 2025. Es el caso de Orange TV, Jazztel TV, Vodafone TV, Yoigo TV, MásMóvil TV, PepeTV, Euskaltel, R, Telecable, Virgin, Avatel, Tivify, Digi y hasta 200 operadores de cable locales.

ReasonWhy.

AMC Networks lanza VinTV, un nuevo canal dedicado a los clásicos televisivos para conectar con nuevas audiencias

Desde "Twin Peaks" hasta "Oliver y Benji", VinTV recupera grandes joyas de la televisión de los 70, 80 y 90

El canal estará disponible desde el 1 de julio en más de tres millones de hogares y también vía streaming



Redacción 28/05/2025 · 10:30

Cuando todo gira en torno a la inmediatez, los algoritmos y las plataformas de consumo acelerado, AMC Networks ha decidido pisar el freno y mirar hacia atrás. El próximo 1 de julio se estrenará en su plataforma VinTV, un nuevo canal de televisión que reivindica el valor emocional, narrativo y cultural de los clásicos con una propuesta de programación basada en títulos de los años 70, 80 y 90.

El nombre elegido para VinTV deja claro que es un canal "vintage", pero su ambición es contemporánea. Y es que su propuesta de valor se apoya en el peso emocional de títulos que han trascendido varias generaciones, como "Twin Peaks", "Expediente X", "Las chicas de oro", "Ally McBeal", "Corrupción en Miami", "El coche fantástico", "Oliver y Benji" o "El hombre y la Tierra". Programas que marcaron una época y que ahora se presentan como contenido vigente y redescubierto.



La señal, tal y como se explica en un comunicado, llegará a más de tres millones de hogares en España a través de Vodafone, Orange, Jazztel, Yoigo, Euskaltel, R, Telecable, MásMóvil, Avatel, Virgin Telco, DIGI y Tivify. También estará disponible vía streaming en Amazon Prime Video.

La emoción como ventaja competitiva

Durante el evento de presentación de VinTV en el Teatro Barceló (antigua discoteca Pachá de Madrid), Vonda Shepard, mítica voz de Ally McBeal, ofreció una actuación en directo que fue un déjà vu generacional. Su presencia fue una declaración de intenciones, dado que VinTV no solo busca emitir recuerdos, sino también reactivarlos.



"VinTV es como el DeLorean, pero sin necesidad de plutonio. Todos van a encontrar esa serie que les marcó en sus primeros años delante del televisor", ha declarado Dani Pérez, Vicepresidente de Programación de AMCNI.

El canal se articulará en torno a tres ejes:

Series icónicas de ficción, como "V", "Doctor en Alaska", "Verano azul", "Monk", "Magnum", "Se ha escrito un crimen" o "Alf"

Documentales emblemáticos, como "El hombre y la Tierra", con Félix Rodríguez de la Fuente

Contenidos infantiles, con referentes como "Oliver y Benji", que trascienden el entretenimiento y conectan con valores como la perseverancia o la amistad



Más que una jugada de archivo, VinTV propone una lectura transversal del contenido televisivo: lo que fue relevante entonces, lo sigue siendo hoy, porque las buenas historias, y los buenos personajes, no caducan. Según Antonio Ruiz, Director General de AMCNI Southern Europe, el objetivo es claro: "Crear un punto de encuentro entre generaciones. Para los que crecieron con estos títulos y para los que ahora tienen la oportunidad de descubrirlos por primera vez".

En un momento donde muchas plataformas buscan volumen y velocidad, VinTV buscará reconocimiento y conexión emocional a largo plazo. En su parrilla conviven Laura Palmer, Michael Knight, Jessica Fletcher y Oliver Atom, trayendo de vuelta la memoria televisiva colectiva.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 2-3
AVE: 67123 €
ÁREA: 2077 CM² - 139%

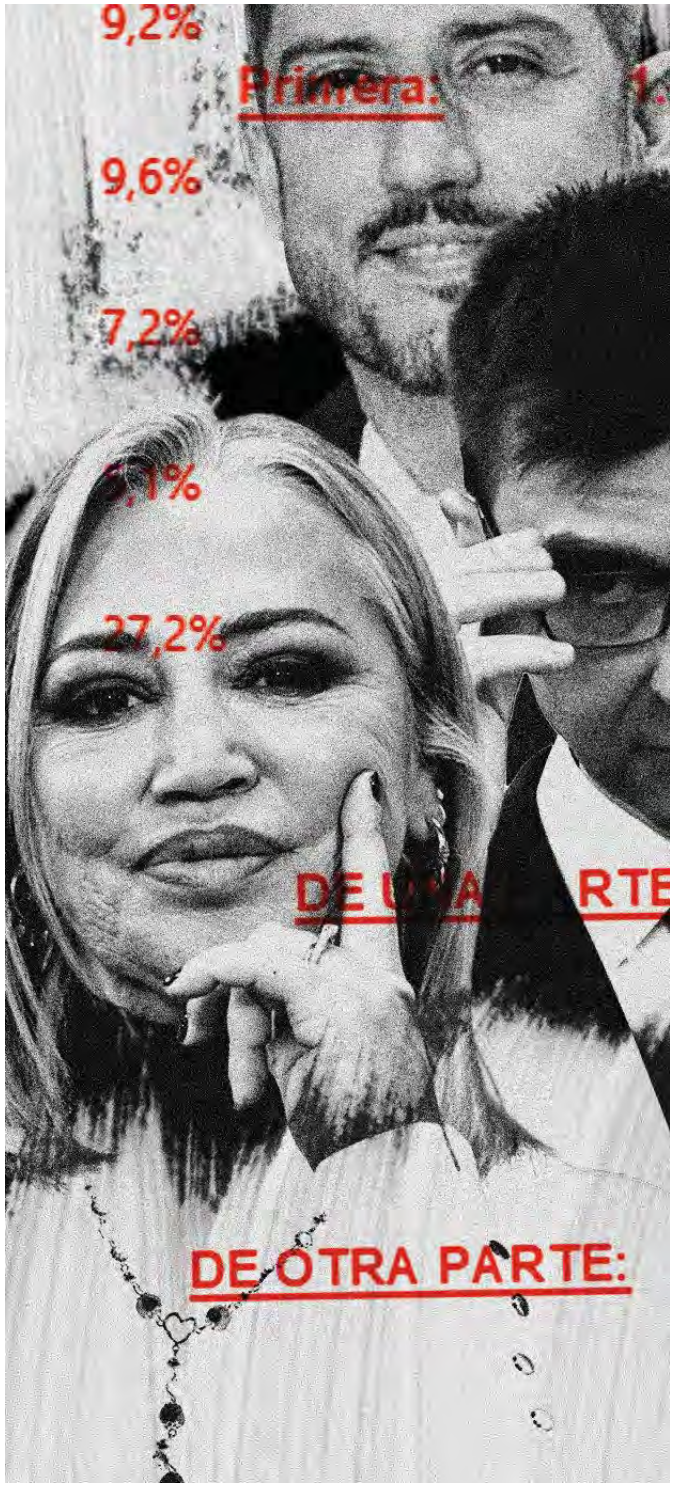
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 36918
OTS: 506000
SECCIÓN: PRIMER PLANO

29 Mayo, 2025



EL MUNDO accede en exclusiva a las 29 páginas del acuerdo del polémico programa de TVE. La dirección del Ente sigue empeñada en sacarlo adelante como sea, pese a su pobre inicio

EL CONTRATO DE 'LA FAMILIA DE LA TELE': AUDIENCIAS, 3,4 MILLONES EN SUELDOS...



ESTHER MUCIENTES MADRID

La familia de la tele nació con la necesidad de romper un gafe: el que le impuso la actualidad. La muerte del papa Francisco y un apagón histórico en España retrasaron dos veces el que iba a ser el gran estreno de RTVE de la primavera. Previsto el primer programa para el 21 de abril, no fue hasta el 5 de mayo cuando por fin la televisión pública pudo llevar a cabo el gran desfile que daba la bienvenida a la tele de todos al *universo de Sálvame*: Belén Esteban, María Patiño, Kiko Matamoros, Marta Riesco y Chelo García Cortés, junto a Inés Hernand y Aitor Albizua, rompían ese día el maleficio. ¿Realmente lo rompieron?

EL MUNDO ha tenido acceso al contrato que el pasado mes de marzo La Osa Producciones y RTVE firmaron por «65 capítulos» –ahora se han quedado en 57 tras los retrasos– de un *living show* con el nombre de *La familia de la tele*, de una duración aproximada de 240 minutos cada uno «en el caso de RTVE Play» y de «180 en el caso de la difusión en televisión». En total 29 páginas de contrato, a las que hay que añadir cuatro anexos que incluyen el presupuesto, el plan de trabajo y los materiales a entregar: 29 páginas en las que no sólo se encuentra la cláusula del *share* de corte –la cuota mínima a la que tiene que llegar un programa para no ser cancelado–, sino otras obligaciones habituales en este tipo de contratos, pero sorprendentes en algunos casos por la relación y situación de RTVE y de la productora.

Entre ellas hay una cláusula de confidencialidad que responde «a que se trata de un programa de contenido y acuerdos delicados», según RTVE. Además, como ha sucedido con *La Revuelta* o el contrato de Silvia Intxaurrondo por *La hora de La 1*, el Ente asegura no tener que dar detalles, ni siquiera a petición del Portal de Transparencia, de contratos y acuerdos que a ninguna de las partes interesa se desvelen. Por contrato está acordado que «dicha confidencialidad se preservará durante la vigencia del presente contrato y hasta un año desde la finalización».

El estreno de *La familia de la tele* llegó con las expectativas muy altas y con las ansias de todo un equipo –el mismo que salió de Telecinco hace ahora más de dos años– de volver a reinar las tardes de la televisión lineal. Pero en lugar de en la privada, en la de todos. Nada de lo que esperaban y se firmó se ha hecho realidad... a excepción de las partidas económicas. *La familia de la tele* sufre en audiencias –no consigue superar el 6,5% de *share* de media; sufre en aceptación, tanto dentro como fuera –diferentes colectivos de RTVE se han movilizado en contra del programa y las críticas de la audiencia no cejan; sufre porque no termina de encajar, no encuentra su lugar en la parrilla, ni con los espectadores ni entre los colaboradores; y sufre porque el contrato es muy claro: «Se establece como audiencia de corte para la primera emisión televisiva de esta serie el siguiente *share*: 8% (...) Si a partir de la emisión del capítulo 10, durante 10 capítulos consecutivos, los índices de audiencia en la primera comunicación pública de los capítulos emitidos no han alcanzado dicho *share*, RTVE podrá mantener o alterar unilateralmente las condiciones (día, franja, horario) de emisión de la serie, e incluso suspender o cancelar (en ese momento o más adelante) su emisión y/o la producción de la misma, resolviendo unilateralmente el presente capítulo para los capítulos restantes». Sólo un día, el de la rueda de prensa de Melody, han llegado a ese 8%.

LA AUDIENCIA MÍNIMA POR CONTRATO ES DEL 8%, MUY POR DEBAJO DE LA MEDIA DE LA CADENA

LA DIRECCIÓN DE RTVE SIGUE REALIZANDO TODOS LOS CAMBIOS POSIBLES PARA EVITAR LA CANCELACIÓN

Sobre el programa sobrevuela la misma pregunta desde hace varios días: ¿RTVE lo va a cancelar? Según el contrato, puede hacerlo, aunque, de momento, no es la idea, pese a que ha habido precedentes que sí fueron apartados siguiendo la directriz del *share* corte. Pasó con *La Plaza*, el programa de Jordi González de las tardes de La 1 de la temporada pasada, que duró poco más de una semana, o *El mejor de la historia*, que fue relegado al *late night* al no alcanzar la cuota.

Aunque pueda parecer que lo sorprendente es que no estén superando el *share* de corte, lo que realmente asombra a las fuentes con las que ha hablado este periódico es el propio *share* de corte. Un 8%, según expertos en programación de RTVE, es una cuota muy baja: «Ni siquiera está al nivel de la audiencia de la cadena –en abril un 10,6%–». Resulta cuando menos curioso que se estableciese una cuota tan baja cuando RTVE ha apostado por este programa a un nivel pocas veces visto: desfile de bienvenida, cambios constantes de programación para encajarlo, triple emisión en La 1 y en RTVE Play, sin cortes durante la emisión...

De momento, la cadena pública ha optado por cambios en la franja, en el horario y en los contenidos. Los principales perjudicados, los espectadores de los dos motores de la tarde de La 1, *Valle salvaje* y *La promesa*, que cada semana ven cómo su horario de emisión se retrasa. ¿Sube la audiencia de *La familia de la tele*? No.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 2-3
AVE: 67123 €
ÁREA: 2077 CM² - 139%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 36918
OTS: 506000
SECCIÓN: PRIMER PLANO

29 Mayo, 2025





JOSETXU L. PIÑEIRO

Cambiaron la estructura, tras hacer caso a los espectadores: María Patiño, al principio y con el corazón, y Albizua y Hernand, en la segunda parte, con actualidad. ¿Funcionó? Tampoco. Esta semana, un nuevo retraso en las series. Tampoco ha funcionado, a excepción del lunes, cuando Melody les llevó a marcar su primer récord con un 9,9% en el primer tramo y un 7% en el segundo.

El día de la presentación del programa en el Teatro Eslava de Madrid, la prensa preguntó a Inés Hernand y al resto de presentadores cuál era su previsión en audiencia. Todos ellos se mostraron esperanzados, incluso convencidos de que podrían ganar al resto de ofertas. Hernand, de hecho, fue la que puso encima de la mesa el llamado *share* de corte. *La familia de la tele* sólo ha alcanzado un día ese 8% –es la media de ambos tramos sin contar las series, que tienen el suyo propio. Hernand hasta bromeó diciendo que si no lo tenían, esto se podía convertir «en *Corrupción en Miami*». Pero sí lo tiene, como debería ser en la mayoría de los programas de RTVE. De momento, la cadena está empeñada en levantar la audiencia y evitar la cancelación, pues retirarlo sería un duro golpe para la dirección de la Corporación, teniendo en cuenta que *La familia de la tele* ha sido un empeño del presidente, José Pablo López, y del director general, Sergio Calderón.

Luego está lo que cuesta. La factura máxima, primero por los 65 programas y después por los 57, es de 5.310.414,06 euros más IVA, que corresponden a un máximo de 87.752,64 euros más IVA por cada uno de los capítulos, entre los que se encuentran dos programas piloto que, según el contrato, «no se emitirán», pero que existieron. RTVE realizó un primer pago de 275.000 euros por esos dos programas piloto, «previa certificación de la conformidad de RTVE con la entrega efectuada». La cantidad restante del contrato se factura «en bloques semanales». La mayoría de los costes de este contrato se dedica al personal, presentadores, colaboradores, invitados, directores, etc. En total, el personal artístico supone una cuantía máxima de 1.827.415,14 euros, mientras que para el equipo técnico son 1.605.285,68 euros, en total: 3.432.700.

Aunque *La familia de la tele* sigue teniendo menos coste que *La moderna*, la serie a la que sustituyó en la parrilla, fuentes de la Corporación Pública, conocedoras de este tipo de producciones, aseguran que «no es tan barato como nos quieren hacer ver». Además, según ha podido saber EL MUNDO, su coste es mayor que el que tenía *Sálvame* en Telecinco, aunque también es cierto que cuenta con más presentadores y colaboradores que en su etapa en Mediaset.

La Osa Producciones, productora del programa, nació a finales de febrero. Desaparecía Fabricantes Studio, la productora de Óscar Cornejo y Adrián Madrid que borró a La fábrica de la tele tras su divorcio con Mediaset. La Osa llegaba con un objetivo: cumplir con el empeño de la nueva dirección de RTVE de llevar el *universo Sálvame* a las tardes de La 1. Sin embargo,la cadena necesitaba que no se vinculase con la *Operación Deluxe* [el caso de espionaje a famosos que ha implicado a Gustavo González, ex colaborador de *Sálvame*, a Mediaset, a La fábrica de la tele y a David Valldeperas, uno de los directores de *La familia de la tele*]. Se cambió el nombre, pero como se muestra en el contrato, La Osa es sólo eso, un lavado de cara, pues en las especificaciones de la sociedad queda claro que La Osa «fue constituida el 23 de diciembre de 2023», día en que nació Fabricantes Studio.

Este dato explica una de esas cláusulas «curiosas» –como las califican desde RTVE– del contrato: «No existe conflicto de interés, en los términos del Código Ético de RTVE, asociados al presente contrato». La Osa Producciones «declara no estar vinculada con empleados de RTVE que ocupen cargos de alta dirección o directivos con capacidad de influir en la presente contratación o en la fijación de sus condiciones económicas». Sin embargo, la realidad es bien distinta, pues el actual director general de RTVE fue director de Contenidos, Innovación y Marketing de Fabricantes Studio, dícese La Osa . De hecho, Calderón ha sido una de las partes más activas en la llegada de *La familia de la tele* a La 1. Hasta tal punto que Calderón presidió el Comité de Compras de RTVE en el que se tenía que aprobar la adquisición de *La familia de la tele*. Calderón, pese a su vínculo con La Osa, votó a favor y no se inhibió, cosa que sí hizo en votaciones posteriores vinculadas con el programa como, por ejemplo, cuando el Comité de Compras de la Corporación tuvo que votar por el gran desfile del estreno..

Fuentes de RTVE cercanas al program, aseguran que ni López, ni Calderón, son ajenos a todo lo que ocurre en *La familia de la tele*. «Son como codirectores del programa. Están en todos los cambios y son conscientes de todo lo que ocurre en él», aseguran. Una afirmación que quedó demostrada la tarde en la que Belén Esteban confesó querer abandonar *La familia de la tele*, mientras María Patiño y David Valldeperas anunciaban la visita de dos altos directivos de RTVE en el programa para anunciar «cambios drásticos».

Nunca se produjo la visita de ningún directivo. Todo fue un espectáculo medido y organizado para efectivamente convertir en un gran show, al más puro estilo *Sálvame*, el *divorcio* de contenidos y presentadores en cada uno de los tramos. Cambios que responden a lo firmado en el contrato en el caso de que el programa no funcione y que, aún acordados por ambas partes, provienen de la preocupación de RTVE por el mal funcionamiento del programa.

En el contrato, RTVE se guarda mucho las espaldas teniendo en cuenta los antecedentes de *Sálvame*. En la cláusula 29ª se especifica que La Osa responderá en exclusiva frente a RTVE y frente a terceros «ante cualquier reivindicación o reclamación judicial que pudiera presentarse». Además de estar obligada a «conocer, entender y comprometerse a cumplir el Código Ético de RTVE», poniendo en marcha «cuantas medidas de control interno sean suficientes y necesarias para ello». Incluso «notificar cualquier cualquier comportamiento inadecuado» por parte de los empleados.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 4
AVE: 34769 €
ÁREA: 551 CM² - 72%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 36918
OTS: 506000
SECCIÓN: PRIMER PLANO

29 Mayo, 2025



JOSETXU L. PIÑEIRO

LA FACTURA DE LA TELE. De los casi seis millones de euros para los 57 programas de 'La familia de la tele' firmados por RTVE, la mayor cuantía es para el equipo artístico y el técnico

¿CUÁNTO GANAN MARÍA PATIÑO, BELÉN ESTEBAN Y EL RESTO?

ESTHER MUCIENTES MADRID

En todo contrato, y más en el universo de la televisión, y, en especial, en el de la televisión pública, los costes, precios, sueldos, etc. es lo que más curiosidad provoca. Por eso, la pregunta es casi obligada: ¿cuánto se ha gastado RTVE en *La familia de la tele*? Aunque la nueva dirección de RTVE estableció que cada mes se publicarían las cuantías de los contratos firmados por la Corporación Pública, EL MUNDO ha tenido acceso en exclusiva al contrato y al desglose de las partidas del que iba ser el programa estrella de la primavera en La 1.

El contrato en un inicio se firmó por 65 programas, con un coste máximo de5.310.414,06 euros más IVA, excluidos dos programas piloto que, según el contrato, «no se emitirán», pero que se realizaron el 19 y 20 de abril, un día antes de la fecha en la que se debió estrenar.

RTVE realizó un primer pago de 275.000 euros por esos dos programas piloto. Sin embargo, las dos semanas de retraso provocadas por la actualidad –el estreno estaba previsto para el 21 de abril y se produjo el 5 de mayo– ha reducido el número de programas a 57, aunque se ha mantenido el mismo coste máximo. Según el plan de trabajo, el día que se termina la emisión, si no se produce una ampliación del contrato vigente, está prevista para el 18 de julio.

33.936

euros al mes. Es lo que cobran los presentadores del programa: María Patiño, Inés Hernand, Belén Esteban...

Tras el primer pago por los pilotos el resto de las cantidades se facturan, según el contrato y el anexo de condiciones, «en bloques semanales, a razón de 87.752,64 más IVA por cada uno de los capítulos restantes». La mayoría de los costes de este contrato se va en personal, presentadores, colaboradores, invitados, directores, etc. En total, el personal artístico supone una cuantía máxima de 1.827.415,14 euros, mientras que el equipo técnico son 1.605.285,68 euros.

El contrato establece las prestaciones de La Osa –la productora– para la producción del programa. La productora en la parte de Contenidos aporta seis presentadores principales, cuatro figurantes diarios, ocho colaboradores habituales y no habituales, dos invitados diarios, tres documentalistas, dos directores, cuatro subdirectores, un coordinador de guión, nueve guionistas, 12 redactores, cinco reporteros, dos reporteros en Barcelona y Sevilla, cuatro becarios de redacción y tres coordinadores de redacción. En la producción de contenidos, un productor ejecutivo, otro para la desconexión para RTVE Play, dos coordinadores de público, un animador, un director de producción, etc. que se completan con el equipo de realización (grafismo, pantallas y equipos de grabación).

El contrato establece también las prestaciones de RTVE a *La familia de la tele*, y no son pocas. Según miembros de RTVE conocedores de la producciones de este tipo de programas, el personal, material y equipos de RTVE alcanzarían una cifra de alrededor de 30.000 euros por cada capítulo, que habría que sumar al coste de cada entrega. Partidas que no vienen reflejadas en el desglose de costes, pues forman parte de RTVE.

Así, RTVE presta un director de contenidos, agencias de noticias y material de archivo (15 minutos de media por capítulo, que no están obligados a usar y cuyo valor de un minuto de emisión es de unos 3.000 euros), un productor, cuatro ayudantes de producción, todas las cámaras necesarias, equipo de luminotecnia, compra y cesión de vestuario (excepto disfraces, muy habituales en el programa), dos realizadores, dos regidores, etc. EL MUNDO ha podido saber que en programas como *La familia de la tele*, diario y en directo, RTVE suele situar a sus mejores profesionales. De hecho, el contrato establece que la producción ejecutiva por parte de RTVE recae sobre Javier Cruz, uno de los profesionales más destacados de la Corporación, con muchísimos años de experiencia, que se encarga de «supervisar y asegurar la correcta realización de la prestación pactada».

Cada presentador (son seis) cobra hasta 33.936 euros al mes, a un máximo de 1.616 euros por programa y un mínimo de 950 –en total, por los 57 programas, 552.900 euros–, mientras que los cuatro colaboradores «habituales», incluidos gastos de representación, cobran hasta 24.150 euros al mes, a un máximo de 1.150 euros; y los cuatro colaboradores «no habituales», 950 euros por cada vez que vayan –la suma de todos 524.400 euros–. Cada invitado, a razón de dos como mucho por programa, cobra un máximo de 2.000 euros –total 228.000 euros– A estas partidas hay que sumar los gastos de personal artístico e invitados, entre los que se incluyen los viajes de un presentador (300 euros por cada entrega), de tres colaboradores (también 300 euros), cuatro hoteles para un presentador y tres colaboradores (120 euros cada uno), junto con taxis, comidas o *catering* de invitados, que hacen un total de 204.111€.

Los dos directores cobran un máximo de 8.750 euros al mes –75.833,3 por los 57 programas–, mientras que los cuatro subdirectores, 5.000 euros –86.666,67 en total–. La construcción del espectacular plató que acoge a *La familia de la tele* suman un total de 365.822 euros.

El plan de trabajo es hasta julio, siempre y cuando no se incumpla alguna cláusula –como sucede con el *share* de corte, entre otras–. Y es que el contrato impone que «salvo acuerdo expreso y por escrito con La Osa, las prestaciones del elenco artístico principal deberán tener carácter exclusivo, no permitiéndose su participación en otra televisión de ámbito estatal que realice sus emisiones en España» mientras RTVE lleva a cabo su emisión. Esta cláusula contrasta con la visita la semana pasada de Kiko Matamoros a *Tentáculos*, el programa de Carlota Corredera en TEN. Seguramente, como sucede con Corredera, que también trabaja en *La familia*, esté pactado con RTVE, pero aún así dentro «sorprende» esa exclusividad.

EL CONTRATO

QUIÉN ES QUIÉN DENTRO DE 'LA FAMILIA DE LA TELE'

Aunque en un inicio RTVE informó que *La familia de la tele* estaría formado por tres presentadores, una colaboradora especial y varios colaboradores, el contrato expone que en realidad son seis presentadores, ocho colaboradores , entre «habituales» y «no habituales» y dos invitados, digamos, especiales.

Los presentadores son María Patiño, Aitor Albizua, Inés Hernand, probablemente, Belén Esteban, Carlota Corredera y Javier de Hoyos. Se dividen en dos partidas: cuatro cobran un máximo de 1.616 euros y los otros dos, 950 euros

Tras los cambios «drásticos» realizados hace dos semanas, María Patiño es la encargada del corazón y de la primera parte del programa. Albizua y Hernand, de la segunda, con actualidad.

Los colaboradores, que son ocho, son los habituales: Kiko Matomoros, Lydia Lozano, Alba Carrillo o Isa Pantoja.

RUBiK
AUDIOVISUAL

REPORTAJES

El coordinador de clearance, una figura indispensable en el audiovisual

mayo 27, 2025 por Admin

En el complejo proceso de la producción audiovisual, existen algunos elementos que el público ve y otros que no. Entre estos últimos se encuentra una figura profesional sin la cual muchas películas o series no podrían emitirse, al menos no sin exponerse a demandas legales o bloqueos en su distribución. Se trata del coordinador de clearance, responsable de revisar que todo lo que aparece en pantalla, desde una canción hasta el letrero de un bar, cuenta con las autorizaciones oportunas. Por Fer S. Carrascosa



‘Cada día nace un listo’ © Mikel Blasco (imagen cortesía de LAZONA y Atresmedia Cine)

De tal modo, el clearance es, en esencia, la gestión de derechos en el ámbito cinematográfico. Una tarea que empieza antes de que la cámara eche a rodar y que no termina hasta que la postproducción da paso a la entrega final del proyecto.

El proceso al completo implica revisar guiones, detectar materiales potencialmente protegidos por derechos de autor o marcas, identificar a los titulares de esos derechos, negociar las licencias y conservar la documentación que lo acredita. No es solo una cuestión de orden legal, también lo es de viabilidad comercial ya que una obra que no tiene la parte del clearance resuelta, difícilmente podría exhibirse en salas de cine, plataformas, o canales de televisión, más aún si cabe si la producción aspira a una distribución a nivel internacional.

Esta labor se extiende a una gran variedad de elementos, como por ejemplo músicas, obras de arte, logotipos, objetos de atrezzo con diseño reconocible, tipografías, imágenes de archivo o incluso los derechos de imagen de personas que puedan aparecer de forma inesperada. El trabajo del coordinador consiste en identificar todos esos elementos, anticiparse a posibles problemas y dejar todo atado para que la obra esté limpia desde el punto de vista legal.

Lejos de ser una ocupación estática, el perfil de los coordinadores de clearance combina conocimientos legales con una alta capacidad organizativa, ya que no solo basta con entender la normativa de propiedad intelectual, sino que también hay que saber cómo adaptarse a las dinámicas de un rodaje, cómo comunicarse con otros departamentos y cómo priorizar en función del tiempo y el presupuesto. Cada producción es diferente y cada día puede implicar un cambio en el guion o una decisión estética que obliga a renegociar una autorización.



'Aída y vuelta' © Jorge Fuembuena (imagen cortesía de Telecinco Cinema y Globomedia)

Con la expansión de las plataformas, el trabajo de clearance se ha vuelto más complejo y al mismo tiempo más necesario. La exposición internacional de las producciones exige que todo el contenido esté validado para todos los territorios en los que se emita, lo que obliga a los equipos de producción a profesionalizar esta parte del proceso.

En paralelo, algunas escuelas e instituciones han comenzado a ofrecer formación específica, como es el caso de la ECAM, que ha puesto en marcha un máster dedicado exclusivamente a la coordinación de clearance, con el objetivo de formar perfiles especializados capaces de cubrir esta necesidad.

Por ese motivo, desde Rubik Audiovisual, nos hemos puesto en contacto con una de las coordinadoras del máster de clearance de la ECAM, Pilar Perlado Hergueta, para ahondar un poco más en el trabajo que llevan los coordinadores de clearance y poder conocer cuál es exactamente su labor.

Al ser preguntada sobre cómo definiría el término 'clearance' y por qué se erige como un departamento crucial en las producciones audiovisuales hoy en día, Perlado Hergueta nos cuenta que "el clearance, en pocas palabras, es asegurarse de que todo lo que aparece o suena en una obra audiovisual (una canción, una marca, una pintura colgada en una pared, una imagen de archivo) tiene los derechos necesarios para ser usado. Suena técnico, pero en realidad es como ponerle una red de seguridad legal a la creatividad".

"Su importancia radica en que vivimos en un mundo donde los contenidos cruzan fronteras con un clic. Hoy produces una serie en España, y mañana la están viendo en Corea o Estados Unidos. Sin un buen clearance, ese viaje puede detenerse en seco. Y no hay nada más frustrante que una película o una serie lista para estrenar que no puede salir por no tener los permisos bien atados. Una gestión rigurosa del clearance es indispensable para asegurar la explotación comercial sin bloqueo", añade la docente de ECAM.

Además, también hemos querido conocer su opinión sobre las habilidades imprescindibles que debe tener un coordinador de clearance para llevar a cabo de manera óptima su trabajo y qué perfiles suelen ocupar estos puestos.

Perlado Hergueta nos cuenta que "esta tarea suele recaer en abogados especializados en propiedad intelectual o personas dentro del equipo de producción que, con el tiempo, se han curtido en esta área". Pero lo cierto es que "no basta solo con saber de leyes, también hay que ser muy meticuloso, tener una buena memoria, y capacidad para anticiparse a los problemas antes de que aparezcan".

> **«Hoy produces una serie en España, y mañana la están viendo en Corea o Estados Unidos. Sin un buen clearance, ese viaje puede detenerse en seco», Pilar Perlado Hergueta (ECAM)**

Según expone, también se necesita mucha mano izquierda: “Negociar con agentes de derechos, con autores, con discográficas… Todo ello implica paciencia, tacto y, a veces, creatividad para encontrar soluciones. Es un perfil híbrido, mitad legal, mitad facilitador-resolutivo, y debe tener la capacidad de organización para manejar múltiples elementos y permisos simultáneamente”.

Por este motivo, desde Rubik también hemos querido conocer la visión de los profesionales dedicados al clearance de dos despachos de abogados especializados en su tratamiento dentro del ámbito audiovisual. Para ello, hemos tenido la fortuna de poder contar con los testimonios de Iban Díez, de Menta Legal, y de Mabel Klimt, del despacho Elzaburu.

Al ser preguntados por cuáles son los errores más comunes que cometen las productoras cuando no se cuenta con un proceso adecuado de clearance, Iban Díez nos explica que “El proceso de clearance se ha convertido en uno de los procesos legales más importantes que llevamos a cabo los abogados de producción. Exige ser muy meticuloso y ordenado, ya que las productoras que no siguen un proceso riguroso de clearance corren el riesgo de cometer errores que, en muchos casos, pueden poner en peligro la explotación de la obra, ya que pueden derivar en demandas, medidas cautelares para la retirada del contenido, o el bloqueo de la explotación de la obra”.



Rodaje de ‘Mägo de Oz. La película’ © Rubén Chavero (imagen cortesía de El Sueño Eterno Pictures)

Entre otras cuestiones, declara, “si no se lleva a cabo un clearance, o no se hace de forma adecuada, puede ocurrir que se esté haciendo un uso no autorizado de material protegido por derechos de autor, como música, imágenes o fragmentos de obras de terceros”.

Otro error muy común es que “no estemos recabando la autorización para el uso de la imagen de las personas que aparecen en el contenido, lo cual sería especialmente grave si son menores”.

A este testimonio se suma el de Mabel Klimt, que ahonda en la cuestión comentando que “el proceso de clearance se realiza para minimizar futuras reclamaciones en materia de propiedad intelectual, derivadas de la puesta en el mercado de la producción”.

Según nos dice, la idea es realizar este proceso en dos etapas: una preventiva y una a trabajo terminado: “En la etapa preventiva, antes de que la producción tenga lugar, se busca, ante todo, tener información clara, haciendo hincapié sobre los temas fundamentales, de los que no se puede prescindir para que la producción salga adelante. Por ejemplo si se puede utilizar a tal persona real en el contenido, si tengo los derechos del libro y de los guiones de manera correcta para la producción que se pretende llevar adelante o si este cuadro o esta canción, que son esenciales para el contenido están disponibles y a qué coste”.

En un segundo momento,” se trabaja con los guiones, para un análisis más en profundidad de los derechos y permisos necesarios, dando las alertas del caso”.

Luego, con el trabajo terminado, “se revisa la versión final del material, es decir, lo que se va a emitir, y se vuelve a verificar que todos los contenidos preexistentes, permisos y cuestiones legales están dentro de los parámetros de mínimo riesgo”.

Completar este proceso de clearance de manera adecuada permite que se pueda activar un seguro específico para la producción, el llamado E&O, seguro de errores y omisiones, de cara a cubrir riesgos derivados de estos temas. “Este seguro es esencial de cara a una circulación internacional del contenido, por un lado, y es parte del delivery legal de todos los operadores internacionales y cada vez más de los nacionales también”, explica Klimt.

Para conocer con mayor precisión las carencias que habitualmente existen en el sector respecto a este concepto del clearance, Perlado Hergueta nos señala que “lo más evidente, y preocupante, es la falta de una formación específica y bien estructurada en este campo”.

Durante demasiado tiempo, “el clearance ha sido tratado como un tema secundario dentro de la producción, casi como un trámite más que ya se resolverá sobre la marcha”. Muchos profesionales, subraya, “han tenido que aprender a base de sustos: una canción sin permiso, una imagen que parecía inofensiva… Y de pronto una producción parada o, peor aún, enfrentándose a una reclamación económica que podría haberse evitado”.

> **«El seguro de errores y omisiones es esencial de cara a una circulación internacional del contenido, por un lado, y es parte del delivery legal de todos los operadores internacionales y cada vez más de los nacionales», Mabel Klimt (Elzaburu)**

Además, Perlado Hergueta considera que “sigue habiendo bastante confusión sobre lo que se puede usar libremente, lo que necesita una licencia y lo que realmente está en dominio público”. No es raro que “incluso gente con experiencia en el sector no tenga del todo claro qué entra dentro del clearance o lo mezcle con otros temas de derechos, y eso es un problema”. Si nadie se encarga de esto desde el inicio, “lo que parecía un detalle sin importancia puede convertirse en un verdadero dolor de cabeza justo cuando el proyecto está a punto de ver la luz”.

Otro de los objetivos de este reportaje ha sido esclarecer todas las dinámicas referentes al clearance, y para ello, hemos querido conocer qué tipos de derechos son más delicados de gestionar en una producción audiovisual. Mabel Klimt opina que “cada cuestión tiene su propia singularidad, y su importancia depende, sobre todo, de lo necesario que pueda resultar para que el contenido que se está produciendo tenga sentido. Dicho esto, efectivamente, hay cuestiones más sensibles, como pueden ser aquellas que involucran a menores de edad, en las que hay que estar especialmente atento. Y por supuesto, aparte están las cuestiones singulares de un territorio que pueden terminar dando dolores de cabeza, si no se tiene un conocimiento profundo de la legalidad aplicable en cada circunstancia”.

En estas cuestiones, apunta Klimt, incluyen el derecho de panorama, esto es “la captación de imágenes de obras de arte incluidas en la vía pública o edificios, que en España está incluido entre los límites de los derechos de propiedad intelectual y que, sin embargo, en otros territorios requieren un permiso, o bien también existen soluciones singulares sobre el tema, como las que se dan en Italia, con la obligación del pago de una tasa”.

Iban Díez también ha querido responder a esta cuestión, contándonos que “quizás lo más delicado de gestionar en una producción audiovisual sean los derechos a la propia imagen, al honor y a la intimidad. Y es así porque afectan a derechos fundamentales, especialmente protegidos por nuestro ordenamiento jurídico, lo que requiere de una cautela y un cuidado especial. Vulnerar, sin causa, alguno de estos derechos puede motivar consecuencias muy severas para la explotación de la obra”.

Pone el ejemplo de la tendencia actual del true crime: “Por ejemplo, las medidas cautelares que se han adoptado contra el documental del ‘caso Angi’; o la petición de la madre del niño Gabriel, asesinado en 2018 por la pareja de su exmarido, para que no se hablase más del caso y que cesase la violencia mediática, al conocerse que la asesina del menor estaría colaborando desde la cárcel en un nuevo documental sobre el caso. Sin duda, estos derechos fundamentales son los más sensibles y, sin obviar la necesidad de observar el resto de derechos que deben analizarse en un clearance, son los que pueden acarrear consecuencias legales más graves en la explotación de una obra”.

Con la intención de conocer más de cerca cómo se encuentra actualmente el mercado laboral entorno al clearance y si se ha percibido un aumento en la demanda de los profesionales de este sector, Perlado Hergueta afirma que “el crecimiento de plataformas

como Netflix, Amazon, Disney+ y muchas otras ha cambiado las reglas del juego". Ahora los proyectos tienen estándares internacionales desde el inicio "y eso implica un clearance muy riguroso".



Rodaje de 'Las ciegas hormigas' © Nico de Assas (imagen cortesía de Lamia, LAZONA, Sideral y Buendía Estudios Bizkaia)

"Hoy en día, quien sabe hacer bien este trabajo tiene muchísimas puertas abiertas. Desde departamentos legales de productoras grandes, hasta agencias de publicidad, distribuidoras, festivales o incluso archivos audiovisuales. Y no es solo que haya trabajo, es que se valora muchísimo. Porque tener a alguien que te evita un problema legal de cientos de miles de euros, no tiene precio", asegura una de las coordinadoras del Máster de Clearance de ECAM.

Asimismo, y haciendo referencia al párrafo anterior, Iban Díez nos explica el impacto que la popularidad de las plataformas y la internacionalización de los contenidos han tenido en el desarrollo de los profesionales del clearance: "la forma de trabajar ha variado porque nuestras películas y series tienen un recorrido más internacional y, por tanto, mayores horizontes de explotación. Esto implica que haya cada vez más agentes intermediarios internacionales que precisen de mayores garantías de seguridad legal en la explotación. Las plataformas no son una excepción. Todas ellas exigen exhaustivos procesos de clearance, y suelen compartir los criterios que ellos manejan para la realización de este trabajo de clearance".

Esto es importante porque en el proceso de clearance de una serie o película, en la mayoría de las ocasiones, “no hay blancos ni negros, hay siempre márgenes de interpretación para validar el uso de elementos de terceros, pero que no están exentos de riesgos”. Según afirma, “ahí es donde radica la verdadera pericia del abogado de producción, en ser creativo y saber mitigar el riesgo, y en argumentar legalmente todas las decisiones que se tomen, de modo que, si el riesgo acaba siendo real, se pueda defender fácilmente la posición de la productora. La posición fácil para un abogado es ser conservador en sus decisiones, pero eso normalmente acaba perjudicando creativamente el proyecto”.

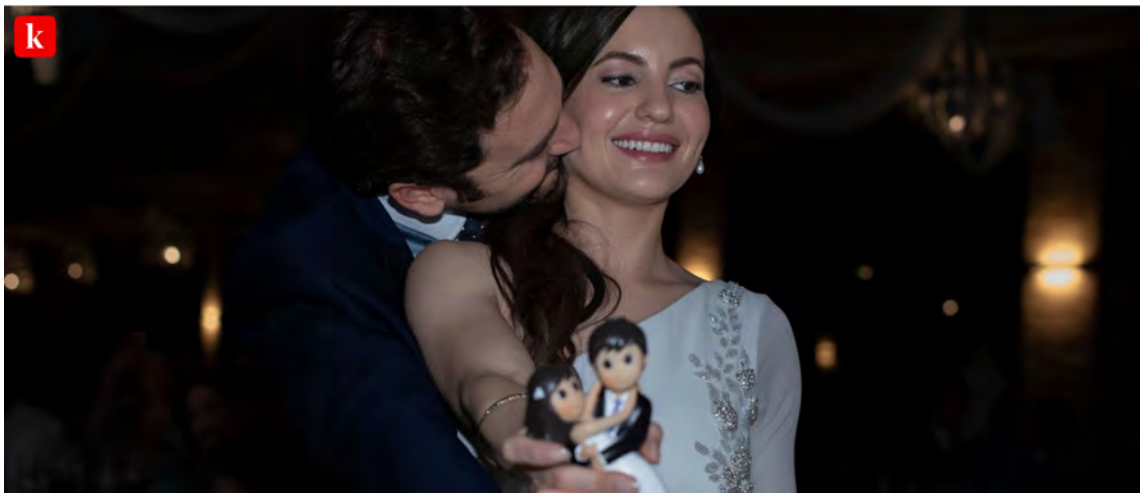
> **“La verdadera pericia del abogado de producción radica en ser creativo y saber mitigar el riesgo, y en argumentar legalmente todas las decisiones que se tomen«, Iban Díez (Menta Legal)**

Finalmente, Mabel Klimt explica detalladamente a qué se expone una producción que no estuviera respaldada por un adecuado trabajo de clearance y no contase con las licencias pertinentes: “La consecuencia, en el caso de que deba pedirse un permiso o licencia y no se solicite y la obra se explote, es que podría haberse cometido una infracción de derechos. ya sea de propiedad intelectual o de otro tipo. Mientras la obra no esté divulgada, en principio, no hay todavía infracción, con lo que no habría ningún problema en que la regularización o clearance se haga a posteriori”.

El problema ahí sería que “el titular de los derechos deniegue expresamente el uso del material en la película, lo que obligaría a cambiar el montaje”.

Podemos concluir, por tanto, que el clearance se revela como una pieza clave en la producción audiovisual contemporánea, especialmente en entornos donde los contenidos tienden a internacionalizarse de forma casi instantánea. Lejos de ser un trámite administrativo, el clearance se erige como una tarea compleja que exige precisión legal, agilidad operativa y visión estratégica.

La creciente demanda de profesionales especializados pone de manifiesto su relevancia, así como la necesidad urgente de una formación adecuada. Garantizar que una obra esté limpia desde el punto de vista legal no solo evita bloqueos o litigios, sino que asegura su viabilidad comercial y su proyección internacional.



La actriz Ivana Baquero como María Jesús Moreno en 'La viuda negra' · Fotografía: ENRIQUE BARO / NETFLIX

ENTREVISTA

Ramón Campos vuelve al 'true crime' con 'La viuda negra': "Hay que respetar a las víctimas y ser escrupuloso con los hechos"

El productor regresa al género junto a Carlos Sedes, con quien firmó 'El caso Asunta', para ficcionar la trama real de María Jesús Moreno, la viuda de Patraix

MATÍAS G. REBOLLEDO 22.5.2025

Corre húmedo, pegajoso e insoportable el verano de 2017 en los alrededores de Patraix (Valencia). En un parquin, y sin tiempo para la reacción, Antonio Navarro Cerdán es asesinado. No hay robo, signos de violencia ni móvil aparente, por lo que el Grupo de Homicidios de la Policía Nacional en la capital del Turia se centra en el entorno del fallecido y, sobre todo, en su mujer: María Jesús Moreno. Meses de pesquisas, varias escabrosas llamadas y audios que señalan a su esposa y un cuchillo cebollero después, los investigadores descubren uno de los casos más estrambóticos de la crónica negra de nuestro país, uno que implica infidelidades, manipulación y una frenética actividad sexual. En ese caldo de cultivo se cuenta,

desde el ‘true crime’ más puro, una película como ‘La viuda negra’, que se estrena el 30 de mayo en Netflix dirigida por Carlos Sedes y producida por Ramón Campos. Carmen Machi, Ivana Baquero y Tristán Ulloa se ponen a las órdenes del tándem que ya levantó ‘El caso Asunta’ para intentar arrojar luz, desde la más contemporánea de las ficciones históricas, sobre uno de esos expedientes policiales tan caóticos que solo pueden ocurrir en la vida real.

“Ha sido un trabajo de mucho estudio del sumario, para intentar extraer lo más importante. A partir de ahí fue cuando nos planteamos qué era lo esencial de la historia. Parece muy compleja, pero en el fondo es muy sencilla. Desgraciadamente, como la mayoría de los crímenes. ¿Cuál era la esencia? Decidimos hablar con los implicados en el proceso judicial. No hablamos con asesinos ni con familiares, porque no nos parecía interesante su aportación. Teníamos muchísima información”, explica directo Campos a Kinótico, quizá como gran ‘pope’ del género en nuestro país habiendo también producido ‘800 metros’ o ‘El caso Alcàsser’. “Lo complejo de este caso era intentar hacer entender a la gente cómo ellos justificaban algo injustificable. Esa narrativa, el vivirlo desde lo personal, fue objeto de debate entre nosotros. La historia se enfoca desde el personaje que te lo está contando en cada momento”, apunta Sedes, recordando que lo importante en el caso siempre fueron los audios y era importante, por cómo se cuenta ‘La viuda negra’, que fueran el objeto central: en la película seguimos la perspectiva de la policía durante un buen tramo, hasta que el filme se parte y podemos ser testigos de la planificación de los asesinos. “No podemos ver la vida de esta gente, pero podemos escucharla. Es como una promesa cumplida”, apunta Campos.



Carlos Sedes y Ramón Campos, durante la presentación a los medios de 'El caso Asunta'

Truculenta y por momentos increíble, aunque todo esté probado por la justicia, la película de Sedes juega todo el tiempo con el freno de mano para intentar no derrapar, ni en sus descripciones ni en sus recreaciones.

“Todo se montó a base de ensayos. A partir de ahí decidíamos el tono. Nos preocupaba mucho no hacer juicios morales. No queríamos hablar de qué tipos de vida llevaban ni queríamos juzgar lo sexual. La infidelidad no es un delito”, explica Sedes, antes de que intervenga Campos. “Creo que esta historia va sobre lo importante que es la educación para que una persona decida y prefiera asesinar a ser una divorciada. Esa es la gran pregunta. En ‘El caso Asunta’, por ejemplo, es cómo prefieres asesinar a mandar a una niña a un internado. No es un asesinato más”, completa el productor, sobre unos límites actorales en los que Ulloa o Baquero juegan todo el rato, rayando en la parodia y la caricatura, para intentar darle verosimilitud a una serie de hechos tan explícitos como reales y documentados.

Los límites del ‘true crime’

“No tengo la información completa sobre el libro de José Bretón, no me lo he podido leer porque no ha salido, pero sé todo lo que está pasando con el ‘true crime’. Me interesa el tema. Pero, en nuestro caso, nosotros hablamos de una ficción. Está basada en hechos reales, pero es una ficción. Creo que hay que ser respetuoso con las víctimas y escrupuloso con los hechos, eso es lo más importante. Nosotros trabajamos con equipos de abogados y no contamos nada que no podamos demostrar y que no tengamos al menos dos o tres fuentes que nos lo hayan confirmado. Pero siempre lo hemos hecho igual, intentando dar los pasos adecuados, ética y moralmente, para poder hacer los proyectos”, afirma riguroso el ejecutivo, sobre la polémica alrededor de la editorial Anagrama y el manuscrito del mediático infanticida, antes de sincerarse sobre uno de los proyectos que no quiso llevar a cabo. “A mí me ofrecieron hacer el caso de Diana Quer y lo primero que hice fue hablar con su padre, con Juan Carlos Quer, y él me dijo que no quería. Automáticamente cerramos la puerta y no lo hicimos”, recuerda honesto Campos.

> *"Me ofrecieron hacer el caso de Diana Quer y lo primero que hice fue hablar con su padre. Me dijo que no quería. Automáticamente cerramos la puerta" (Ramón Campos)*

Y es en esa fina línea entre la recreación, el buen gusto y el sensacionalismo donde, por ejemplo, ‘La viuda negra’ decide no mostrar el momento en el que Navarro Cerdán es asesinado, ejerciendo un formalismo poco visto en el género. “El respeto nos pesa mucho. No es importante mostrar tanto si estás haciendo el viaje con un personaje. Me parece mucho más importante entender por qué alguien hace algo

que verlo haciéndolo. Me gusta mucho la psicología y me gusta plasmar los pensamientos recurrentes, entender cómo una persona antepone su felicidad a las consecuencias del hecho que va a cometer", explica meridiano Sedes. Y sigue: "Queríamos hacer un trabajo un poco más maduro. Queríamos huir del morbo y de lo fácil, también por las edades que vamos teniendo. Si fuese un caso ficticio, sí que nos hubiéramos permitido otras licencias. Esta es una película sobre los asesinos, no sobre la víctima", añade. "Sabemos que contar un caso puede provocar sufrimiento, pero hemos intentado siempre limitarlo. La mejor forma de ponerte a hacer una película o una serie de 'true crime' es ponerte en el lugar de la familia e intentar hacer el menor daño posible. Sabes que se va a contar, porque la crónica negra existe, el periodismo existe, eso no va a desaparecer".



Carmen Machi en un fotograma promocional de 'La viuda negra', de Carlos Sedes · Fotografía: NETFLIX

Desde un punto de vista más industrial, y dado el éxito de 'El caso Asunta' en fondo y forma, cabe preguntarse por qué el tándem que forman Sedes y Campos ha decidido contar la historia de 'La viuda negra' en un formato de largometraje generoso y no en una serie. "La idea desde el principio, por la estructura que tiene la historia, era la de contar una película. Con capítulos, no había un equilibrio", explica Campos, antes de dar detalles sobre la estrategia de estreno -similar a la de su anterior éxito- en mitad de la primavera: "Nosotros llegamos hasta un punto, con la producción lista, y luego es donde entra el equipo de Netflix. Hay cosas que no sabes cuándo o por qué funcionan. El año pasado fue 'Mi reno de peluche' y este año ha podido ser 'Adolescencia'. Y ambas, a priori, podrían haber pasado sin pena ni gloria por la plataforma. Lo importante, más allá de fechas y estrategias, es que estés seguro de lo que estás haciendo, que creas en ello", se despide el productor, a punto de volver, esto sí es spoiler, al top 10 de Netflix este mismo fin de semana.

broadcast > cine > new media
Panorama audiovisual.com

La 9ª edición de Conecta Fiction regresa con grandes novedades: pitch talent para creativos, festival abierto al público…



28/05/2025

Conecta Fiction & Entertainment, foro para profesionales del sector audiovisual, ha dado a conocer las líneas maestras del programa de su novena edición, la cual se celebrará del 16 al 19 de junio en el Teatro Auditorio José Luis Perales y la Hospedería del Seminario de Cuenca (Castilla-La Mancha).

El acto de presentación ha contado con la participación de la directora general de turismo, comercio y artesanía de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Ana Isabel Fernández, quien ha inaugurado el encuentro destacando el relevante papel que juega el sector audiovisual como vector de crecimiento para la economía de la región: “Gracias al trabajo de Castilla-La Mancha Film Commission, el año pasado acogimos más de 70 rodajes de series, largos y publicidad, y en lo que llevamos de este 2025 hemos gestionado 148 solicitudes de información, se han rodado 57 proyectos y se grabarán una docena más en las próximas semanas”.

La portavoz de la región castellanomanchega, que lleva acogiendo a Conecta desde 2022, he revelado que aprovecharán la celebración del foro para anunciar en Cuenca los dos ganadores del III Concurso de Producción de Largometrajes y Series de TV, que concederá un premio de 100.000€ a cada proyecto.

A continuación, la directora del evento, Géraldine Gonard, ha ofrecido un resumen de los contenidos del programa destacando que "en total ofreceremos 55 actividades en las que intervendrán cerca de 100 ponentes". Las delegaciones de los países foco estarán integradas por medio centenar de empresas de Francia y Canadá, la presencia profesional más numerosa alcanzada por un evento internacional de los celebrados en España. Ambas naciones representan a la segunda potencia del continente americano en exportación de contenidos y servicios para el audiovisual, y al líder de Europa continental en la distribución de una oferta multigénero. Para hablar de ello, Gonard ha cedido la palabra a Laurent Coulon, agregado cultural y audiovisual de la Embajada de Francia en España, cuya colaboración ha sido esencial para lograr la participación de una nutrida delegación de productores galos que visitarán Cuenca en junio.



Además de las ya famosas sesiones de *pitching* para proyectos internacionales, que cuentan este año con dos convocatorias novedosas destinadas a películas para plataformas (Pitch Direct to Streaming Movies) y formatos de entretenimiento interactivos (Pitch Innova Formats), la agenda de conferencias de Conecta 9 contará con las firmas de consultoría internacional The Wit, Glance y Fabric para ofrecer una panorámica sobre el estado actual de la producción audiovisual en Europa y América Latina; revisará los últimos cambios legislativos en incentivos fiscales internacionales; recuperará las sesiones en las que los *commissioners* de las grandes marcas del entretenimiento de Europa, América y España detallarán sus necesidades de contenido, y ofrecerá presentaciones de los máximos representantes de principales potencias de producción francesas como Banijay y Gaumont.

Las empresas de Brasil y Portugal, países foco protagonistas de la pasada edición, también regresan a Conecta Fiction & Entertaintment protagonizando sendos *showcases* de contenidos y momentos de networking exclusivos para buscar nuevas oportunidades de coproducción. Además de los numerosos momentos de networking en formato de desayunos y cócteles afterwork, la agenda se completa con las sesiones pertenecientes a las verticales de contenido ya habituales Conecta Women y Conecta Digital, a las que se añade el nuevo sello de contenidos abiertos al público Conecta Fiction Fest.

Pitch Talent para creativos

Conecta quiere servir de plataforma de lanzamiento para el nuevo talento, ofreciendo por primera vez un escaparate de visibilidad único para guionistas y creativos. Para ello, se ha aliado con cinco de los laboratorios de guion más prestigiosos de la industria española: Residencias Academia de Cine, IsLABentura Canarias, CIMA Impulsa, DAMA Ayuda y La Incubadora de ECAM. Cada uno de ellos seleccionará a un talento que haya participado en su última edición, invitándole a pitchear su proyecto en el marco del nuevo Pitch Talent que tendrá lugar el miércoles 18 a las 12:30 en el Auditorium 1 de Conecta.

Tras las presentaciones individuales de sus respectivos proyectos de ficción, los cinco participantes compartirán escenario en una mesa redonda moderada por el afamado guionista y productor ejecutivo Javier Olivares, entre cuyos créditos se encuentran series icónicas como *El ministerio del tiempo*, *Isabel* o *Ena. La Reina Victoria Eugenia.*



La Caza

Monográfico de *La caza*

Previo a la celebración de la Gala de Premios en la tarde del miércoles 18, los acreditados de Conecta podrán disfrutar de la presentación de *La Caza. Irati*, cuarta temporada de la saga producida por DLO Producciones que conquistó a los espectadores y fue adaptada con gran éxito en Francia bajo el nombre de *Rivière-Perdue*. Esta nueva entrega verá la luz en 2025 por primera vez en Movistar Plus+.

José Manuel Lorenzo, presidente y fundador de DLO Producciones, y destacados miembros del elenco, desvelarán los detalles de este thriller psicológico protagonizado por Megan Montaner, Félix Gómez y Silvia Alonso ambientado en la Selva de Irati (Navarra) como nuevo escenario. La serie está dirigida por Rafa Montesinos (*El Inmortal*, *Rapa*) y Javier Pulido (*La Caza*), y creada por Agustín Martínez.



Conecta Fiction Fest: acercándose al gran público

Por primera vez en su historia, Conecta organiza Conecta Fiction Fest, un festival que pretende acercar las grandes series internacionales a la ciudadanía conquense y los amantes de las series. De la mano del Consorcio de la Ciudad de Cuenca, el festival se desarrollará en paralelo al programa de conferencias para profesionales de Conecta Fiction & Entertainment, ofreciendo proyecciones y estrenos en gran formato de algunos de los títulos más recientes de la ficción seriada europea y latinoamericana.

Las proyecciones, en las que el público asistente podrá conocer de primera mano a algunos de los productores y actores protagonistas de las series, tendrán lugar en el Teatro Auditorio José Luis Perales de Cuenca: el lunes 16 se exhibirán los dos primeros episodios de *Zorro*, una coproducción de Paramount+ y France Télévisions rodada en Castilla-La Mancha que estrenará próximamente AMC+ en España, a la que asistirán el productor Marc Dujardin y la actriz protagonista Audrey Dana; el martes

17 será el turno de *La increíble historia de Julia Pastrana*, nueva serie de Disney+ protagonizada por Fátima Molina y Eduardo Noriega, y el ciclo concluirá el miércoles 18 con *Favàritx*, primera serie española ambientada y rodada en la isla de Menorca, que fue finalista y premiada en la séptima edición de Conecta celebrada en Toledo.

El programa incluye también una mesa redonda el martes 17 a las 17:30 sobre adaptaciones literarias a la pantalla, en la que participa María Contreras, Head of Movies & Scripted Spanish International Originals de Prime Video & Amazon Studios, acompañada de tres pesos pesados de la literatura española contemporánea cuyas obras han sido adaptadas a series y películas que han cautivado a audiencias de todo el mundo: Juan Gómez-Jurado, autor de la trilogía *Reina Roja* y *Cicatriz*; María Dueñas, creadora de novelas como *El tiempo entre costuras y La templanza*, o de la serie *Los artistas*, y Manel Loureiro, artífice de la trilogía *Apocalipsis Z*, cuya primera entrega *Apocalipsis Z: el principio del fin* se convirtió en la película original internacional más vista en la historia de Prime Video el pasado diciembre.



Conecta Fiction & Entertainment

Géraldine Gonard, directora del evento, ofreció un resumen de los contenidos del programa, destacando que en total ofrecerán 55 actividades en las que intervendrán cerca de 100 ponentes.

Conecta Fiction & Entertainment reveló los destacados del programa de su novena edición. El foro para profesionales del sector audiovisual, con Francia y Canadá como países foco de este año, se celebrará del 16 al 19 de junio en el Teatro Auditorio José Luis Perales y la Hospedería del Seminario de Cuenca (Castilla-La Mancha).

Ana Isabel Fernández, directora general de Turismo, Comercio y Artesanía de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, señaló que gracias al trabajo de Castilla-La Mancha Film Commission, el año pasado tuvieron más de 70 rodajes de series, largos y publicidad. «En lo que llevamos de este 2025 hemos gestionado 148 solicitudes de información, se han rodado 57 proyectos y se grabarán una docena más en las próximas semanas».

La portavoz de la región castellanomanchega, que lleva acogiendo a Conecta desde 2022, indicó que aprovecharán la celebración del foro para anunciar en Cuenca los dos ganadores del III Concurso de Producción de Largometrajes y Series de TV, que concederá un premio de 100.000€ a cada proyecto.

Géraldine Gonard, directora del evento, ofreció un resumen de los contenidos del programa, destacando que en total ofrecerán 55 actividades en las que intervendrán cerca de 100 ponentes.

Las delegaciones de los países foco estarán integradas por medio centenar de empresas de Francia y Canadá, la presencia profesional más numerosa alcanzada por un evento internacional de los celebrados en España.

Las sesiones de pitching para proyectos internacionales, cuentan este año con dos convocatorias novedosas destinadas a películas para plataformas: Pitch Direct to Streaming Movies y formatos de entretenimiento interactivos Pitch Innova Formats.

La agenda de conferencias de Conecta 9 contará con las firmas de consultoría internacional The Wit, Glance y Fabric para ofrecer una panorámica sobre el estado actual de la producción audiovisual en Europa y América Latina. Ofrecerá keynotes de los máximos representantes de principales potencias de producción francesas como Banijay y Gaumont.

Las empresas de Brasil y Portugal, países foco protagonistas de la pasada edición, regresan a Conecta Fiction & Entertainment protagonizando sendos showcases de contenidos y momentos de networking exclusivos para buscar nuevas oportunidades de coproducción.

DESTACADOS DEL PROGRAMA 2025

El primer Pitch Talent para creativos

Conecta quiere servir de plataforma de lanzamiento para el nuevo talento, ofreciendo por primera vez un escaparate de visibilidad único para guionistas y creativos. Para ello, se ha aliado con cinco de los laboratorios de guión más prestigiosos de la industria española: Residencias Academia de Cine, IsLABentura Canarias, CIMA Impulsa, DAMA Ayuda y La Incubadora de ECAM.

Cada uno de ellos seleccionará a un talento que haya participado en su última edición, invitándole a pitchear su proyecto en el marco del nuevo Pitch Talent que tendrá lugar el miércoles 18 a las 12:30 en el Auditorium 1 de Conecta.

Tras las presentaciones individuales de sus respectivos proyectos de ficción, los cinco participantes compartirán escenario en una mesa redonda moderada por el afamado guionista y productor ejecutivo Javier Olivares, entre cuyos créditos se encuentran series icónicas como *El ministerio del tiempo, Isabel* o *Ena. La Reina Victoria Eugenia.*

La caza: una franquicia que cruza fronteras

Previo a la celebración de la Gala de Premios en la tarde del miércoles 18, los acreditados de Conecta podrán disfrutar de la presentación de *La Caza. Irati,* cuarta temporada de la saga producida por DLO Producciones que conquistó a los espectadores y fue adaptada con gran éxito en Francia bajo el nombre de *Rivière-Perdue*. Esta nueva entrega verá la luz en 2025 por primera vez en Movistar Plus+.



José Manuel Lorenzo, presidente y fundador de DLO Producciones, y destacados miembros del elenco, desvelarán los detalles de este thriller psicológico protagonizado por Megan Montaner, Félix Gómez y Silvia Alonso ambientado en la Selva de Irati (Navarra) como nuevo escenario. La serie está dirigida por Rafa Montesinos (*El Inmortal, Rapa*) y Javier Pulido (*La Caza*), y creada por Agustín Martínez.

Conecta Fiction Fest: primer festival de Conecta abierto al público

Por primera vez en su historia, Conecta organiza Conecta Fiction Fest, un festival que pretende acercar las grandes series internacionales a la ciudadanía conquense y los amantes de las series.

De la mano del Consorcio de la Ciudad de Cuenca, el festival se desarrollará en paralelo al programa de conferencias para profesionales de Conecta Fiction & Entertainment, ofreciendo proyecciones y estrenos en gran formato de algunos de los títulos más recientes de la ficción seriada europea y latinoamericana.

Las proyecciones, en las que el público asistente podrá conocer de primera mano a algunos de los productores y actores protagonistas de las series, tendrán lugar en el Teatro Auditorio José Luis Perales de Cuenca:

El lunes 16 se exhibirán los dos primeros episodios de *Zorro*, una coproducción de Paramount+ y France Télévisions rodada en Castilla-La Mancha que estrenará próximamente AMC+ en España, a la que asistirán el productor Marc Dujardin y la actriz protagonista Audrey Dana.

El martes 17 será el turno de *La increíble historia de Julia Pastrana*, nueva serie de Disney+ protagonizada por Fátima Molina y Eduardo Noriega.

El miércoles 18, concluye el ciclo con *Favàritx*, primera serie española ambientada y rodada en la isla de Menorca, que fue finalista y premiada en la séptima edición de Conecta celebrada en Toledo.

El programa incluye también una mesa redonda el martes 17 a las 17:30 sobre adaptaciones literarias a la pantalla, en la que participa María Contreras, Head of Movies & Scripted Spanish International Originals de Prime Video & Amazon Studios.

Acompañada de tres pesos pesados de la literatura española contemporánea cuyas obras han sido adaptadas a series y películas que han cautivado a audiencias de todo el mundo: Juan Gómez-Jurado, autor de la trilogía *Reina Roja* y *Cicatriz*; María Dueñas, creadora de novelas como *El tiempo entre costuras* y *La templanza*, o de la serie *Los artistas*; y Manel Loureiro, artífice de la trilogía *Apocalipsis Z*, cuya primera entrega *Apocalipsis Z: el principio del fin* se convirtió en la película original internacional más vista en la historia de Prime Video el pasado diciembre.



Ramon Biarnés, Managing Director Norte (Suecia, Finlandia y Noruega) y Sur (España, Italia, Portugal y Alemania) de Europa en Odeon Cinemas Group.

ENTREVISTA

Ramón Biarnés ante el presente y futuro de la exhibición en cines: "Había que premiar a quién elige tus cines 7, 8 o 10 veces al mes"

El Managing Director Norte y Sur de Europa en Odeon Cinemas Group reflexiona sobre los dos años de la Unlimited Card y la situación actual del mercado en España

LUIS FERNÁNDEZ, 29.05.2025

Se cumplen ya dos años de la implementación de la Cinesa Unlimited Card en territorio español. La primera de las experiencias de tarifa plana en cines, después llegarían otras, y que partía de la experiencia con la que el Grupo Odeón -marca Cinesa en España- contaba en otros mercados (Alemania en 2015, Reino Unido en 2019...). El desembarco en España era una cuestión de tiempo, pero la pandemia acabó acelerando e inclinando la balanza ante el cambio general de los hábitos de consumo.

Hoy hablamos con Ramon Biarnés, Managing Director Norte (Suecia, Finlandia y Noruega) y Sur (España, Italia, Portugal y Alemania) de Europa en Odeon Cinemas Group, sobre los dos años de la iniciativa, la lectura de la situación actual del mercado y el futuro de las salas en España.

El plan de suscripción presentado hace dos años permite al usuario acceder a los cines Cinesa para disfrutar de todos los estrenos tantas veces como quiera y sin restricciones horarias, además de comprar productos del bar con descuento; y está disponible en dos formatos: Standard y LUXE. "Estamos muy satisfechos. Cuando lo lanzamos en España jugábamos con la ventaja de que habíamos visto los resultados del mismo producto en Inglaterra y Alemania", reconoce Biarnés. La satisfacción nace de haber sido los primeros en lanzar la iniciativa, "cuando uno golpea primero siempre parece que golpea dos veces", facilitando la asistencia a los amantes del cine: "Es un producto que facilita mucho la vida. La tengo en el bolsillo y solo tengo que activarla. Para una persona que elige el cine habitualmente dentro de su tiempo libre es muy útil".

> *"Es como cuando una empresa ofrece ofertas solo para nuevos clientes. ¿Cómo me agradeces que yo siga siendo un cliente fiel?"*

La introducción de la Unlimited Card ha permitido al Grupo Odeón "entender más a los clientes que acuden regularmente en cuanto a qué quieren, cómo lo quieren y cómo podemos ajustar mejor nuestra oferta", así como fidelizar a un cliente "que acude constantemente al cine". La idea de base es premiar a un público que ya era asistente a los cines y atraer a nuevos espectadores. Biarnés cree que es fundamental cuidar al cliente fiel: "Es como cuando una empresa ofrece ofertas solo para nuevos clientes. ¿Cómo me agradeces que yo siga siendo un cliente fiel a ti?". Esto no significa que no se deje de buscar nuevo público potencial, "hacemos muchas cosas para conseguir que gente que no va al cine lo haga y tenemos promociones y acciones comunicativas constantemente", pero en un mercado complejo donde la gran mayoría del público acude poco al cine "había que premiar a quién elige tus cines 7, 8 o 10 veces al mes". En Cinesa cuentan también con la MyCinesa, una tarjeta de puntos: "Pero el producto de fidelización no es lo primero que tienes en tu cartera como opción. Pero si tienes una aplicación por la que has pagado una cantidad al mes es muy diferente", reflexiona Biarnés, "Después de la pandemia hemos tendido a asociarnos a cosas que nos gustan y eso es lo que creo que nos ha funcionado muy bien".

Biarnés recuerda una anécdota personal en la que un amigo le comentaba: "Jo, Ramón, yo me dejo casi 1.000 pavos al año en ir al cine. Es que para mí me supone un ahorro enorme". Pero para el director de Odeón eso significa que esa persona ya no va a pensar en otra cadena: "Hemos fidelizado a una persona a nuestra marca". Aunque lleva activa dos años aún es pronto para comparar las cifras anuales. "Nos tenemos que dar un poco más de tiempo", admite Biarnés, "El problema es que ha habido muchos factores externos, como las huelgas en Hollywood, que han afectado mucho a la asistencia a los cines. Yo creo que nos va a dar una buena visión de la iniciativa esta última parte del año y el año que viene".



Sala de cine de Cinesa 'Luxe' · Fotografía: Wikimedia Commons

El mercado español ha empezado de forma muy irregular 2025, aunque por encima de 2024. Después de marcar las peores cifras del año dos fines de semana consecutivos, 'Lilo y Stitch' y 'Misión Imposible: Sentencia final' han levantado definitivamente el vuelo de la taquilla hasta los 8,3M€, a costa de quitar el poco oxígeno que les quedaba al resto de películas. "Lo que nos está enseñando este tiempo después de la pandemia es que antes teníamos mucha seguridad de cómo iba a funcionar una película y casi había más sorpresas positivas que negativas; y ahora es mucho más impredecible", admite Biarnés, "Hemos tenido 'Oppenheimer' y 'Barbie' que se nos fueron de los esquemas positivamente, pero este mismo año hemos visto como 'Bridget Jones', 'Blancanieves', 'Thunderbolts'... no han funcionado". La preventa para 'Lilo y Stitch' fue enorme y sus datos finales lo han corroborado. "El gran problema en la post pandemia es la irregularidad, cuando hay una buena película en taquilla las siguientes semanas tenemos un bache brutal de público en los cines", lamenta Biarnés, "falta esa película media que siempre aguantaba entre las grandes películas".

El gran reclamo de la industria de la exhibición en cines es que los calendarios se consoliden y la oferta sea variada. "La primera parte de 2025 ha sido muy irregular, con un enero muy bueno, un febrero bueno, marzo y abril terroríficamente malos y confiamos en el que el final de mayo sea muy bueno", describe Biarnés, "A partir de aquí yo creo que las películas que vienen van a funcionar. 'Jurassic Park' siempre lo hace, 'Superman' ofrece alguna duda por el tema superhéroes, '28 años después' creo que va a ir muy bien viendo los tráilers... y el 2026, con lo confirmado hasta ahora, tiene una pinta brutal". El director también considera que a la irregularidad de la taquilla tampoco ayuda que el producto doméstico tampoco esté funcionando como debía: "Es lo que nos pasa en mercados como el español, el italiano o el alemán".

> *"Somos la única cadena en España que tiene en todos los cines y todos los días mínimo una sala con VO"*

Las sensaciones para el resto de 2025 son positivas y 2026 apunta a volver a recuperar cifras de récord. En la búsqueda de seguir acompañando a los espectadores, el Grupo Odeón apostará por "mejorar la experiencia en salas". IMAX, ScreenX, 4DX... todos los formatos y apostando por la VOSE: "Somos la única cadena en España que tiene en todos los cines y todos los días mínimo una sala con versión original". La mejora de las butacas, la mejora de los proyectores, "dentro de unos años toda nuestra cadena va a tener proyectores láser", del acondicionamiento de las salas... todo forma parte del plan de futuro de Odeón: "Estamos haciendo una inversión brutal que a lo mejor no se ve a primera vista", explica Biarnés, "Y también estamos apostando por incluir a colectivos tradicionalmente poco cuidados. Hemos hecho una apuesta por buscar contenido apropiado para personas con autismo, que les permita disfrutar de las películas con tranquilidad. Pero también en la restauración, apostando por comida vegana cada vez más demandada".

Los exhibidores de cine llevan tiempo reclamando ayudas directas para acometer una necesaria renovación de las salas de cine. Una renovación que se ha vuelto más complicada a raíz de las consecuencias de la pandemia y la disminución de la asistencia a los cines. "Somos una aportación de cultura a la sociedad. Tecnológicamente se está ayudando a ciertos sectores a que mejoren, como con el kit digital. Y soy el primero que defiende que lo mejor que podemos hacer es que todo el mundo tenga el mejor acceso a la tecnología para esta en el s. XXI", reconoce

Biarnés, "Pero también es verdad que cada vez que nosotros cambiamos algo en un cine no es una cosa que cueste poco, son inversiones muy grandes". Biarnés recuerda los casos sucedidos a raíz de la proyección de 'Una película de Minecraft', que derivó en altercados en numerosos cines: "Tuvimos un cine donde en varias salas hubo chavales que nos tiraron bebida a la pantalla. Cambiar la pantalla vale más de 30.000€". Un gasto que no reclama de ninguna forma a los gobiernos, pero sí recuerda que como parte del tejido cultural los cambios profundos podrían contar con un mayor apoyo institucional.

Mejora de las salas, fidelización del público... y recuperación de la asistencia a los cines. Una de las medidas que ha ayudado a un sector especialmente vulnerable ha sido el martes de 'Cine Sénior', iniciativa que empezará en breves su ya tercera edición y con importantes novedades. "Hay cosas en ella que me gustan y otras que creo que podrían mejorar", admite Biarnés, "Ayudar a un sector que lo pasó mal en pandemia y que en muchas ocasiones cuenta con pensiones escuetas es positivo. Yo lo que he transmitido al gobierno a través del ICAA es que creo que el foco no debe estar solo en la bajada de precio". Biarnés apuesta por incentivar el cine por el "interés cultural" para una persona "que dispone de tiempo libre" y por una reformulación que vaya más haya de que "las personas mayores vayan al cine por 2 euros". El mismo Biarnés reconoce ser una voz discordante dentro de FECE al reclamar una medida que no solo recaiga en el precio sino en la experiencia: "A mí me encanta que la gente mayor venga a mis cines. Pero deberíamos darle una vuelta para que el señor o la señora mayor venga al cine porque es el mejor momento de su día. Es lo que deberíamos trabajar en conseguir".



PRO

5 Big Trends From Earnings Season: Linear and Box Office Decline, Fox News' Trump Bump and AI Surges

The latest round of media and tech earnings saw Hollywood take a hit

Lucas Manfredi, Kayla Cobb, Sean Burch, and Jeremy Fuster May 28, 2025 @ 6:00 AM

The first quarter of 2025 was a mixed bag for Hollywood earnings. The latest round, which covered January to March, saw substantial drops for both domestic box office and linear television, continuing a troubling story that will not be news to anyone following the industry.

Domestic box office gross plummeted to $1.4 billion, the lowest non-pandemic total since 1996. As for TV, some of the biggest companies saw double-digit declines in their linear TV businesses. Paramount Global saw a 36% drop in the space during the quarter.

Meanwhile, Alphabet, the parent company behind Google and YouTube, saw a 46% boost in revenue thanks to its investment in artificial intelligence. At the moment it is still unknown how the meteoric rise of AI will impact the entertainment industry, but considering that YouTube ended April with the largest share of the TV viewing audience among media companies for the third month in a row — 12.4% compared to the Walt Disney Company's 10.7% — any success YouTube sees should concern legacy entertainment brands.

There were some glimmers of hope in Q1. With blockbuster hits like "Sinners," "A Minecraft Movie," and "Final Destination: Bloodlines," the film industry seems poised to correct itself in the second quarter of the year (a record-breaking Memorial Day box office will also see to that). Additionally, all of the major streaming services owned by legacy media, save for ESPN+, saw increases in their subscriber numbers and continued to either grow streaming profits or narrow streaming losses. Similarly, some of the biggest news outlets continued to benefit from the "Trump bump" even as their smaller competitors faltered.

But all in all, the first part of 2025 continues the same worrying trend: film is in flux, linear is shrinking, streaming profitability is a mixed bag and everyone's investing in AI.

Here are some of the biggest takeaways from the first earnings period of the year.

No impact from Trump tariffs … yet

Despite the economic uncertainty from President Donald Trump's rapidly-evolving tariff policy, executives across media and tech assured Wall Street that they haven't felt the pain … yet.



President Donald Trump delivers remarks at the White House on April 24, 2025. (Chip Somodevilla/Getty Images)

All of the companies in TheWrap's earnings coverage said they were monitoring the situation, though some executives signaled that they were preparing to take steps to mitigate the impact through cost reductions, such as Warner's chief financial officer Gunnar Wiedenfels and Paramount Global co-CEO Chris McCarthy.

The outliers who explicitly warned of a financial impact from tariffs were Sony, which said it could face $686 million hit to profit, and Apple, which said it could face $900 million in costs due to the impact of the trade policy. Apple CEO Tim Cook also said the $3 trillion company would shift to having most of the iPhones that come into the U.S. come from India, rather than China, to avoid steeper tariffs this quarter. But those plans and projections could already be upended.

While President Trump lowered the tariff on Chinese imports a few weeks after Apple's earnings call, he recently said he wasn't a fan of Apple's plan to ship iPhones in from India, saying he would hit Apple with a tariff "of at least 25%" on iPhones made outside the States.

Though it wasn't as direct as Apple, Amazon also touched on taking direct measures related to the tariffs. CEO Andy Jassy said the company's retail business was seeing "heightened buying" in certain retail categories that may indicate stocking up in advance of any potential tariff impact. As a result, the tech giant said it would incur tariff-related costs in its second quarter related to prebuying of inventory, but that it's "not large."

The tariff turbulence will clearly be a topic to keep an eye on when companies report their April-June performance this summer.

A tough quarter for movie theaters

For the movie theater industry — at least in the United States — the first quarter was a rough one. Disney offerings like "Captain America: Brave New World" and "Snow White" could not carry the weight during the first part of the year while other studios did not provide a major tentpole. That caused domestic grosses to sink to $1.41 billion, the lowest non-pandemic total since 1996, and led to a $39 million quarterly loss for Cinemark and a staggering $202 million loss for AMC Entertainment.

But as AMC Entertainment CEO Adam Aron said, the first quarter was a "distorting anomaly that has already corrected itself" with hits like "Sinners," "A Minecraft Movie," and "Final Destination: Bloodlines" (all Warner Bros. releases) carrying second quarter grosses to a running $1.31 billion total that is on par with 2023 and nearly 69% ahead of 2024. All of that came before a record-breaking Memorial Day weekend that brought another $300 million-plus over four days.

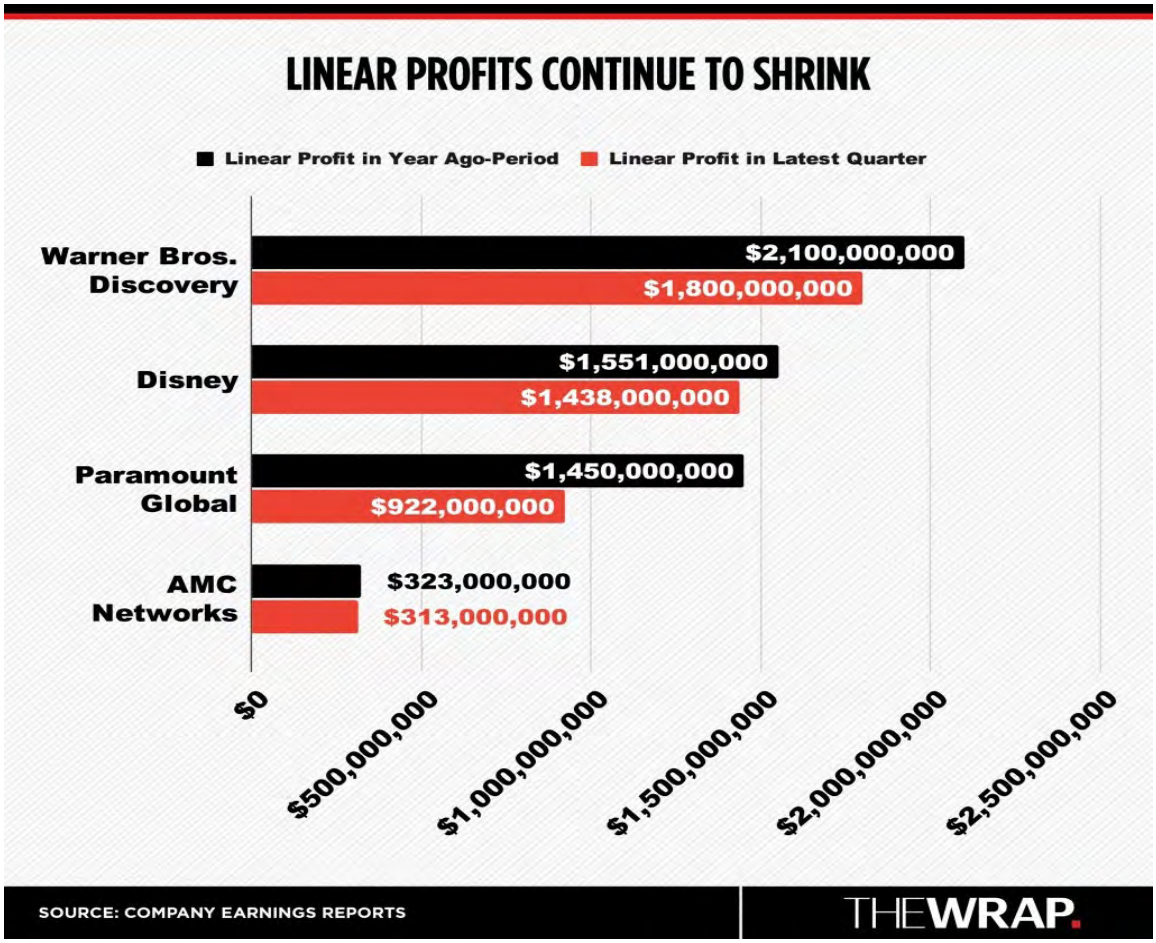
Meanwhile, one exhibition company that dodged the pain of the first quarter was Imax, which thanks to its plans to diversify the types of films it screens worldwide was able to finish in the black with an $8.2 million profit. Give credit to the new animation box office king, "Ne Zha 2," which grossed $164 million from Imax screens in China.

In its first quarter since splitting with Starz, Lionsgate got in the black with a $21 million profit for the first quarter, improving from a year-prior $47 million loss thanks to a rejuvenated motion picture division, robust TV production and continued high demand for its library titles. Profit for the film division rose due to lower marketing spend and solid results for films like "Den of Thieves: Pantera" and "Flight Risk," which grossed $36 million and $29.7 million, respectively.

But the quarter wasn't without a few speed bumps for Lionsgate, as the company announced that the film expected to be its highest grossing film this year — "Michael" — would be delayed to next year as the studio mulls splitting Antoine Fuqua's Michael Jackson biopic into a two-parter.

As for the other studios, Warner Bros. Discovery saw a 27% decline in content revenue — the Robert Pattinson sci-fi "Mickey 17" and mob drama "Alto Knights" couldn't hold a candle to the strong performance from the theatrical releases of "Dune: Part Two" and "Godzilla x Kong: The New Empire" in the prior year period.

Comcast saw a 13% drop in theatrical revenue, primarily from higher revenue from "Kung Fu Panda 4" and "Migration" in the prior year period, as well as the carryover benefit of "Wicked" and "Nosferatu." Paramount saw a 3% year over year drop in theatrical revenue, despite the benefits of "Sonic the Hedgehog 3" and "Gladiator II" and the late release of "Novocaine."



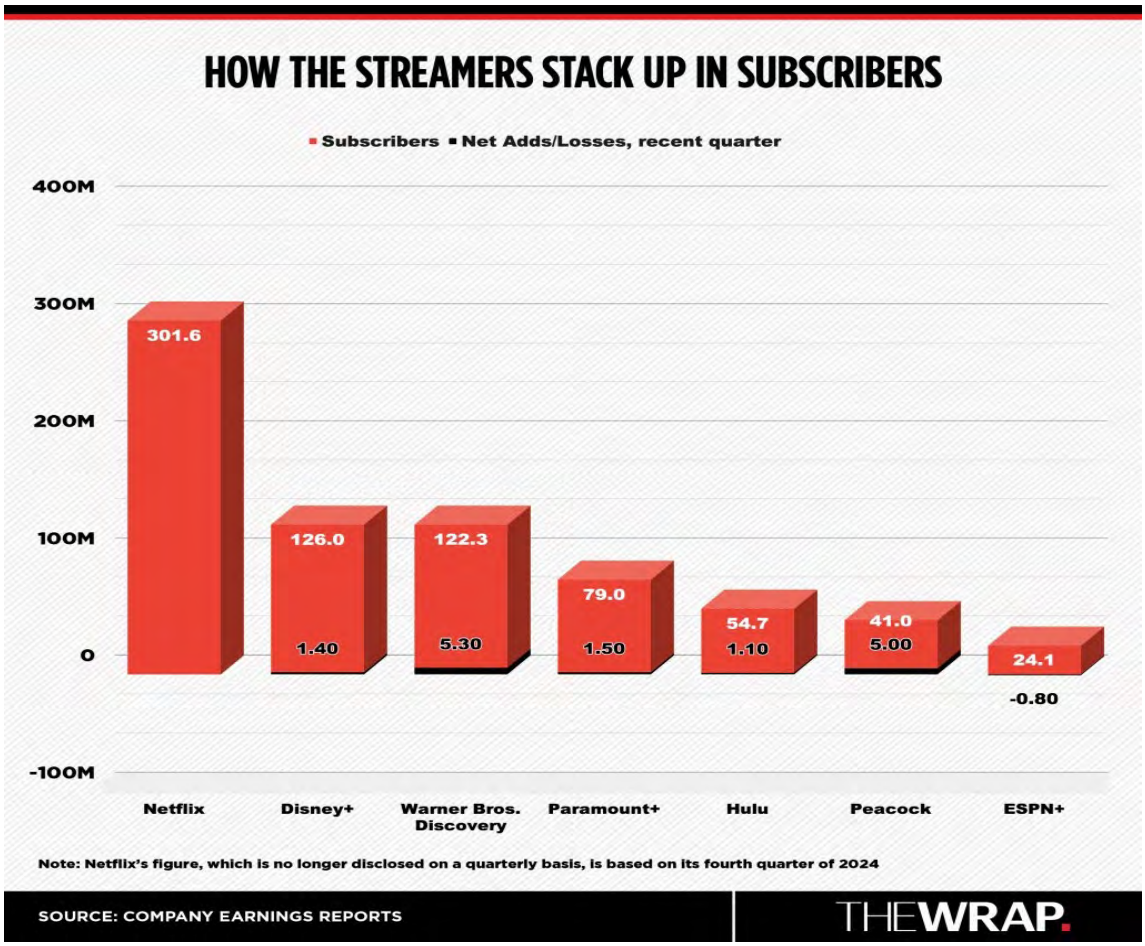
Unlike its competitors, Disney, whose theatrical results are included in its content sales, licensing and other segment, saw a 54% increase in revenue and $153 million segment profit, driven in part by the home entertainment performance of "Moana 2," and the carryover theatrical performance from the film and "Mufasa: The Lion King."

Linear TV keeps shrinking as streaming keeps turning the corner

The linear TV business continued to struggle in the latest round of media earnings, with Disney, WBD and Paramount all seeing their respective divisions' profits tumble.

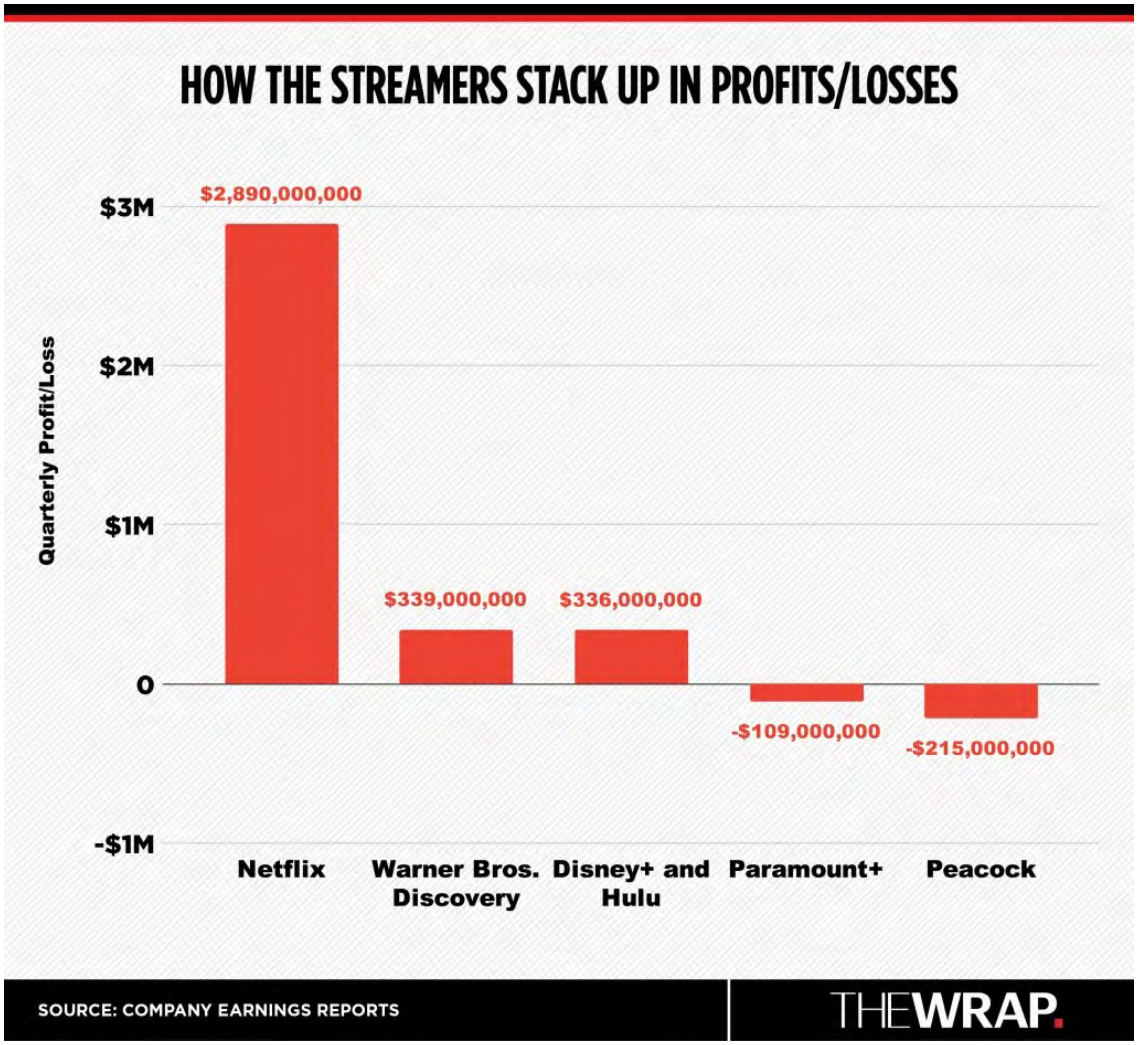
Both Warner Bros. Discovery and Disney saw linear profit declines in the double digits with decreases of 14% and 10%. Disney's entertainment linear networks actually grew profits 2% to $769 million, while ESPN linear profit fell 16% to $669 million. But Paramount Global was undoubtedly hit the hardest with the company seeing a 36% drop in linear profits, with the decline in large part due to the comparison to CBS airing the Super Bowl last year.

Comcast's media segment, which includes NBCUniversal, grew profit 21.5% to $1 billion, primarily due to lower operating expenses from lower sports programming volume and costs at Peacock compared to the prior year. The pay TV side of its business continued to bleed from cord-cutting, with video revenue falling 5% to $6.72 billion after shedding 427,000 customers.



Fox's cable network programming division grew profits 7% to $878 million, due to higher revenues for the segment compared to the prior year period. However, its television segment profits fell to $60 million, from $145 million in the year ago period, as expenses increased due to higher sports programming and production costs driven by Super Bowl LIX and higher digital content and marketing costs.

On the flip side, legacy media's streaming businesses continued to make progress across the board, despite being well behind industry leader Netflix. With the exception of ESPN+, all of the major streamers added subscribers during their latest quarters. Netflix, which ended 2024 with 301.6 million subscribers, stopped disclosing its quarterly subscriber counts in the first quarter of 2025 as it shifts focus to engagement.



Meanwhile, profitability in the streaming space was mixed. Disney+ and Hulu posted a combined profit of $336 million, and Warner Bros. Discovery, which includes Max, Discovery+ and traditional HBO subscriptions, posted a profit of $339 million. Both Paramount+ and Peacock narrowed their quarterly losses to $109 million and $215 million, respectively.

Big news thrives; smaller outlets fight to survive

The gap between the biggest media companies in the country and smaller outlets has never been more glaring than it is right now.

While the first quarter of 2025 was brutal for the media world from a macro standpoint — with Forbes, Scripps, HuffPost, Vox, and even the Washington Post all cutting jobs — a few major outlets are thriving.

The New York Times enjoyed a 14% jump in digital subscriptions, as well as a healthy sales increase, during the first quarter. At the same time, the Wall Street Journal rebounded from losing subscribers at the end of 2024 by adding more than 100,000 readers, and its parent company, News Corp., reported its net profit tripled from the same time a year ago.

Those outlets appeared to benefit from a "Trump bump," as subscribers looked to see what news stemmed from the president's return to the White House. But it appears as if that bump did not extend to most other news organizations. As a result, the divide between the few major media companies that are succeeding and those that are fighting to survive was evident this earnings season.

Tech's bet on AI started to pay off

Earlier this year TheWrap reported that Meta, Microsoft, Amazon and Google's parent company Alphabet planned to spend a combined $320 billion on artificial intelligence in 2025 alone. It's a move that seems to be working.

Alphabet has previously seen boosts thanks to AI. During the fourth quarter of 2024, YouTube saw its biggest revenue quarter ever owing to a boost from the 2024 election and AI developments. But Alphabet's real jump took place in its second quarter when the corporation saw a staggering 46% increase in profits. This was partially attributed to the expansion of AI Overviews in Google Search.

Amazon, meanwhile, saw a 17% increase in Amazon Web Services (AWS) revenue for its first quarter, with the segment now at an annual run rate of over $117 billion. The increase was fueled in part by growth in generative AI business offerings.

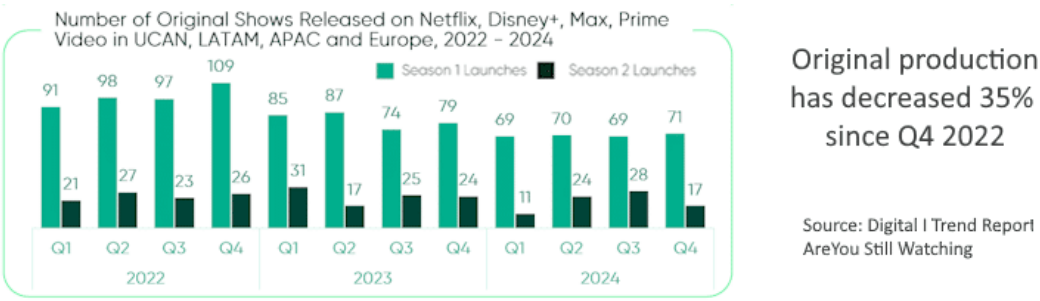
And Meta reiterated AI is a key focus for the social network as it pushes into the second half of the 2020s. The parent company of Facebook and Instagram reported Meta Reality Labs — its division dedicated to virtual reality, artificial reality, and AI research and integration — lost $4.21 billion between Jan. and March. That hefty figure especially stood out because it is the one sector where Meta is spending more than it is making.

But Meta chief Mark Zuckerberg is undaunted by those losses. During the company's earnings call, Zuckerberg said Meta now plans on spending even more money on AI development than it previously projected, upping its previous projection of $60 to $65 billion to $72 billion.

As this earnings season proved, the AI arms race is only ramping up.

Nostalgia is fueling SVOD viewing. Originals remain critical

27 May, 2025 **Colin Dixon**



Original productions for top SVOD services 2022-2024

New data suggest that nostalgia is driving SVOD viewing, although a sharp decline in original content production likely fuels it. That said, originals remain a critical resource.

Licensed content driving SVOD viewing

A new report from Digital I shows that the decline in commissioning original content by top SVOD services has led to a surge in interest in licensed shows. The report, based on survey and subscriber measurement data obtained from 20 countries, including the US and UK, shows that the number of original series launches peaked in 2022. Netflix, Disney+, Max, and Prime Video launched 109 originals in Q4 202 compared to 71 in Q4 2024.

viewership, with original content accounting for 60% of viewing time and licensed content comprising 40%. However, the steep 35% decline in original productions in Q4 2024 resulted in licensed content accounting for 55% of viewing time, while originals drove 45%.

Nostalgia trend or reaction to cost-cutting?

Digital I says the switch in viewing behavior was partly due to a nostalgia trend, causing people to turn to popular library US titles. For example, ABC's Grey's Anatomy was available on Hulu/Disney+ and Netflix in 2024, and viewers watched over 2 billion hours of the show. Other popular shows included House M.D., Suits, and Gilmore Girls.

Type	Title	Hours Watched (millions)
TV	Prison Break (5 seasons)	1496
TV	Lost (6 seasons)	888
TV	Squid Game (2 seasons)	825
TV	Outer Banks (4 seasons)	670
TV	Emily in Paris (4 seasons)	567
TV	Monsters: The Lyle and Erik Menendez Story	550
TV	Cobra Kai (6 seasons)	524
TV	The Lincoln Lawyer (3 seasons)	517
TV	Love Next Door: Limited Series	432
TV	The Perfect Couple: Season 1	383
TV	The Accident: Season 1 // Accidente: Temporada 1	303
TV	Desperate Lies: Season 1 // Pedaço de Mim: Temporada 1	286
Film	Rebel Ridge	284
Film	Carry-On	275
TV	Nobody Wants This: Season 1	251
Film	The Union	238
TV	Jake Paul vs. Mike Tyson	236

Top Netflix Titles 2H 2024 by Viewing Time

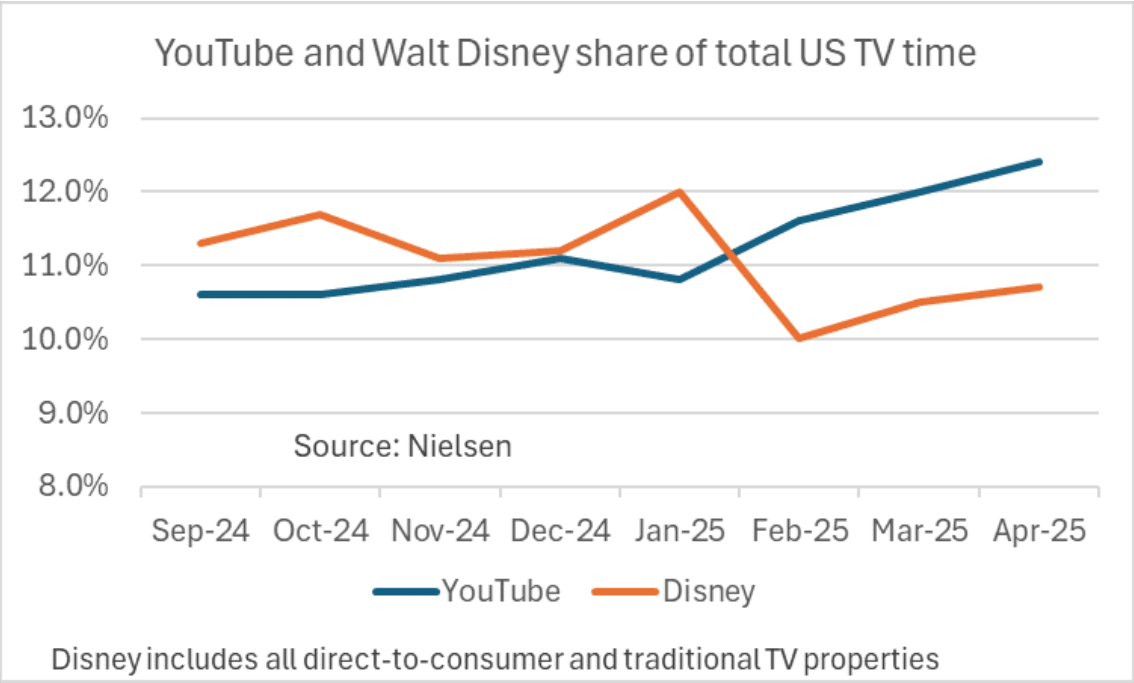
Top titles on Netflix as measured in viewing time 2H 2024

However, the nostalgia trend could have occurred out of necessity. Top SVODs have been cutting content budgets to achieve profitability, and expensive original content has been an easy target for cost savings. SVOD services turned to tried-and-tested favorites to fill the content shortfall. With less original content, viewers were comfortable turning to old favorites, which they hadn't seen in a while.

Originals still critical

Licensed content certainly featured strongly on Netflix in the second half of 2024. The Fox hit Prison Break attracted 1.5 billion hours of viewing across the five seasons that were available on the service during the period. Lost also did well, with the six seasons attracting 888 million hours of viewing. However, originals like Squid Game, Emily in Paris, and Outer Banks also did well.

However, originals remain an essential part of Netflix and any top SVOD's formula for success. Looking at the viewership of single seasons of shows, the importance of originals becomes clearer. Prison Break was still a monster success on Netflix, but originals Squid Game Season 2 and Monsters: The Lyle and Erik Menendez Story led the half. Of the top 20 shows, most were Netflix originals.



YouTube and Disney share of Total US TV Time

YouTube's endless supply of original content

YouTube is one service that is thriving on TV without the benefit of TV comfort food. The torrent of originals that is the lifeblood of the service continues to help it expand its footprint on television, at least as far as the US is concerned. According to Nielsen, YouTube's aggregate viewing share of total TV usage in April 2025 was 12.4%. Disney's viewing share, which encompasses usage of Hulu, Disney+, ESPN+, ABC, and all the company's other cable TV channels, had a 10.7% share. YouTube pulled ahead of Disney in January 2025 and shows no signs of slowing its growth.

YouTube Stays Atop TV Distributor Rankings in April

The company runs its streak to three consecutive months with the biggest share of viewing time.

By Rick Porter May 27, 2025



YouTube CEO Neal Mohan Photo by Noam Galai/Getty Images for YouTube

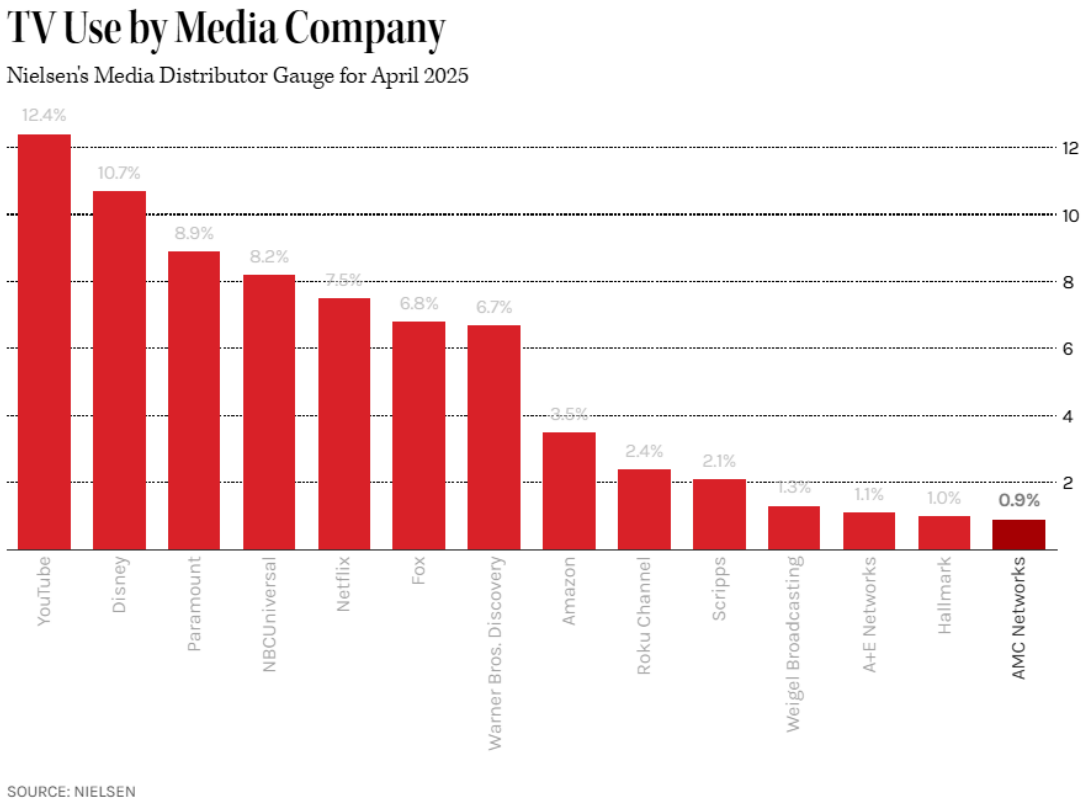
For the third straight month, YouTube led all media companies in the United States in TV viewing time.

Nielsen's Media Distributor Gauge for April shows YouTube capturing 12.4 percent of all TV use — nearly one of every eight minutes viewers spent on their televisions. That's up from 12 percent in March and marks YouTube's third straight month leading all distributors in share of TV usage.

Disney finished second for the April reporting period (which ran from March 31-April 27) with 10.7 percent of TV viewing, followed by Paramount at 8.9 percent. Both saw their shares improve a little vs. March, with sports a driving factor for Disney — which had the NFL Draft, NBA playoffs and NCAA women's basketball final — and Paramount, which had the biggest single telecast of the month (18.3 million viewers) with the NCAA men's basketball championship.

NBCUniversal (8.2 percent of TV use) and Netflix (7.5 percent) completed the top five. For the first time since Nielsen began tracking media distributors' share of TV viewing in late 2023, the order of the rankings didn't change month to month. As usual, the 14 companies listed in the rankings made up more than 70 percent (73.5, to be exact) of all TV use in the United States.

April's media distributor rankings are below.



PUCK

Disney's 'Cocomelon' Gamble

It's not clear that outbidding Netflix for a schlocky YouTube show will fix Disney's engagement woes—but maybe that's not the point.



Along with Bluey, Mickey Mouse Clubhouse, and a couple of other big titles, Disney hopes Cocomelon will help it gain a larger share of the preschool market in the U.S. Photo: VCG/Getty Images

Julia Alexander May 28, 2025

In many ways, *Cocomelon* is quintessentially anti-Disney. The studio behind so many animated visual marvels—from *Snow White* to *Frozen* to both versions of *The Lion King*—has long been associated with *quality* above all else. *Cocomelon*, meanwhile, has been lambasted for its shlocky C.G.I. animation that some have likened to A.I. slop. No less an august source than the *New York Post* has urged parents to keep their kids away from it.

Perhaps that's why so many industry insiders were taken aback when Disney outbid Netflix for global streaming rights to the series beginning in 2027—the same year that a *Cocomelon* feature film is set to be released. Netflix execs were said to have wanted the franchise to remain on its platform, but didn't want to pay substantially more. Maybe they shouldn't have been surprised by Disney's interest, especially since *Cocomelon* is owned by Candle Media, which is run by former Disney execs Kevin Mayer and Tom Staggs.

Anyway, everyone I've talked to in recent days has an opinion on the move, including a couple of (*other*) former Disney executives who argued against it. (Disclosure: I recently worked for Disney, but was not involved in content acquisition.) For my part, though, I keep coming back to an offhand comment uttered by Bob Chapek during his brief tenure as C.E.O.: "If there's an opportunity that we're working on right now, it's sort of our preschool area."

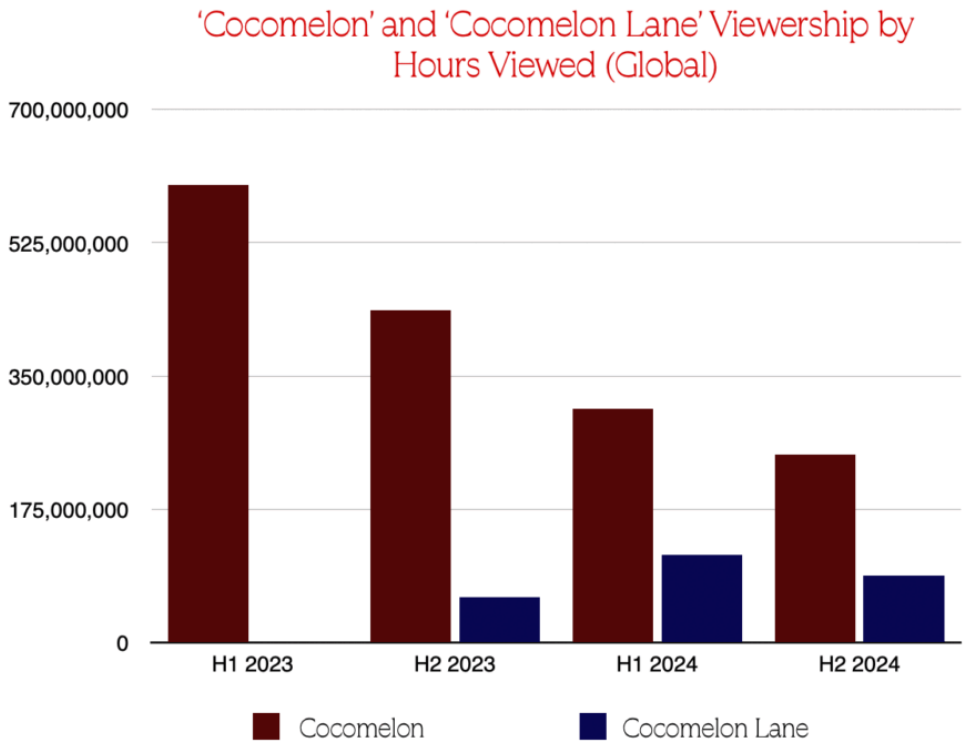
Theoretically, Disney should be the go-to platform for kids of *all* ages. So the company's second-tier position in the preschool market has become a source of existential dread internally. Instead, Netflix and YouTube have cemented their status as the premier platforms for a younger generation. According to survey data from Precise.TV, while Netflix edged out Disney+ as the preferred *subscription* platform in the U.S. for kids ages 2-12, YouTube was *by far* the most sought-out platform overall, with some 83 percent of that cohort saying they preferred it.

Kids' content is crucial for these platforms because it's *sticky*—it yields repeat viewing, and produces high engagement and retention. Along with *Bluey*, *Mickey Mouse Clubhouse,* and a couple of other big titles, Disney hopes *Cocomelon* will help it gain a larger share of the preschool market in the U.S. But will it be enough to ever reclaim its old turf?

Why Netflix Bailed

Cocomelon's trajectory from YouTube side project to global streaming success is as unique as it is modern. Creator Jay Jeon started uploading videos to his YouTube channel in 2006, which officially became "Cocomelon" in 2018. By then, the channel was already one of the most popular globally. But it wasn't until 2020, when Netflix picked up licensing rights to the show, that the rest of the industry really took notice (and first started ringing alarm bells about YouTube challenging Disney).

Five years later, Netflix is pushing the narrative that it no longer needs *Cocomelon*—pointing, for instance, to the show's 60 percent drop in viewership between 2023 and 2024. Still, the series notched more than half a billion hours viewed in 2024. *Cocomelon Lane*, a spinoff, also fared well.



Whether or not this narrative is just sour grapes, Netflix doesn't necessarily need *more* engagement across its platform. Yes, more engagement means more advertising revenue, but Netflix doesn't show advertising on kids profiles. Instead, Netflix needs to attract *different kinds* of attention, whether that's via games, podcasts, or live events that create better advertising opportunities, like the Jake Paul–Mike Tyson fight or the Women's World's Cup or the NFL on Christmas.

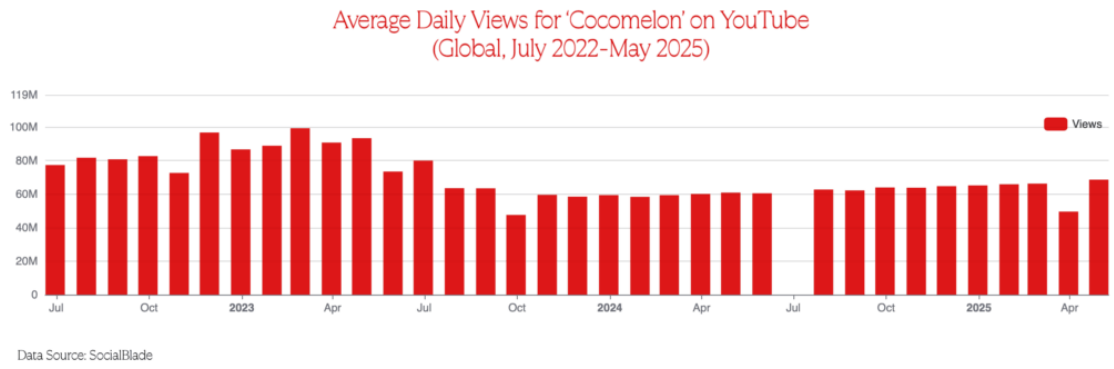
Over the past several years, Netflix executives have consistently touted their continued investments in children's entertainment. But the company doesn't need to throw more money at an audience that is already pretty well-served. Netflix already spent $1 billion on the Roald Dahl library (although nothing of value has come out of the deal thus far). And since signing her exclusive deal with the streamer, Ms. Rachel, one of YouTube's most prolific children's creators, has repeatedly appeared on lists of Netflix's most viewed content. The recent *Sesame Street* deal, meanwhile, is just as much a play for access to the brand's gaming rights (an area Netflix's Greg Peters recently reiterated that the company is "in to win") as much as the iconic branding. Simply put, that *Cocomelon* money can be put to better use in other content categories.

Safety First

Disney, on the other hand, needs to increase overall engagement—and part of that effort involves doubling down on what it does best. Even though audiences know where to find their favorite Disney princess, superhero, or Jedi, engagement remains relatively stagnant in the U.S. Even after combining Hulu and Disney+'s monthly reporting to present one unified streaming number, Disney still hovers around a 5 percent share of all content viewed on TVs in the U.S., per Nielsen's monthly Gauge Report.

Compare that to the consistent improvement of YouTube, which now sits north of 12 percent, up by 2.4 percentage points year over year. Netflix, while *also* relatively stagnant in the past year, is ahead of Hulu and Disney+ combined. Perhaps most importantly, Netflix has a far, *far* larger share of engagement globally than Disney+, helped by its substantially larger subscriber base and local content strategy.

Can *Cocomelon* fix Disney's engagement problem? Well, some of Disney+'s most popular content already engages the preschool audience: *Moana,* for example, crossed 1 billion hours viewed last year. *Cocomelon* might provide a boost, but the bigger advantage for Disney is offering a YouTube-first show on a safer platform. More than 60 percent of parents watch YouTube content with their kids because they don't trust the platform, per Common Sense Media Group's 2025 census. But Disney+ remains the most trusted streaming service for kids, even after the integration of Hulu's more adult-leaning content library.



With *Cocomelon*, Disney can effectively own the preschool audience in the subscription streaming market, and create a *generational* chain link, building brand loyalty at an early age, and keeping kids engaged as their interests change. *Cocomelon* gives way to *Frozen*, then *Captain America*, then *Star Wars*, and then sports or more-adult content on Hulu. In other words, *Cocomelon* is a short-term bet on a long-term relationship. If Disney can drive even a middling percentage of the attention *Cocomelon* receives on YouTube back to Disney+, C.E.O. Bob Iger might be able to relax a bit more when he finally passes the reins.

INDEPENDENT en Español

Tecnología

Se filtran en Internet millones de datos de cuentas de Netflix

Investigadores de seguridad encuentran datos de acceso a Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Apple TV+ y Max

Anthony Cuthbertson Miércoles, 28 de mayo de 2025 16:27 EDT



Millones de cuentas de servicios de 'streaming' como Amazon Prime Video, Disney+ y Netflix se han visto comprometidas

Más de 7 millones de cuentas de Netflix y otros servicios de streaming se han visto comprometidas, afirman investigadores de seguridad.

Un nuevo informe de la empresa de ciberseguridad Kaspersky señala que los delincuentes recopilaron los datos de acceso como parte de un plan más amplio de robo de credenciales, en lugar de hackear servicios concretos.

En 2024, los investigadores encontraron 7,01 millones de credenciales comprometidas de Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, Apple TV+ y Max, de las cuales más de 5 millones correspondían a Netflix.

Se cree que los datos de las cuentas se filtraron a través de extensiones no oficiales de navegadores, aplicaciones y otros programas descargados que recopilan de forma silenciosa credenciales de inicio de sesión y datos personales.

"El malware oculto en descargas no oficiales o herramientas de terceros roba silenciosamente credenciales de inicio de sesión y datos personales, que luego se intercambian o venden en foros de delincuentes cibernéticos", afirma Polina Tretyak, analista de huella digital de Kaspersky.

"En la actualidad, proteger tu cuenta de streaming va más allá de las contraseñas: implica resguardar tus dispositivos, evitar descargas sospechosas y ser consciente de a dónde te llevan tus clics".

The Independent se ha puesto en contacto con Netflix en busca de comentarios. La página web del gigante del streaming ofrece consejos a los usuarios sobre cómo mantener su cuenta segura.

Los populares servicios de streaming han sido con frecuencia el objetivo de los delincuentes cibernéticos; de hecho, una reciente ciberestafa perjudicó a usuarios de Netflix en 23 países.

El plan consistía en enviar a los usuarios correos electrónicos y mensajes de texto que afirmaban que su suscripción estaba a punto de finalizar o que su pago había fallado.

Un informe del pasado diciembre de la empresa de ciberseguridad Bitdefender advertía a las personas que evitaran hacer clic en enlaces, aunque parecieran legítimos.

"No abra los enlaces de los mensajes. Si duda de la veracidad de un mensaje, ya sea mensaje de texto, correo electrónico o de otro tipo, siempre puede ingresar manualmente la dirección en un navegador y comprobar su cuenta", escribieron los investigadores.

"Si brinda a los atacantes sus credenciales de Netflix e información personal, cambie la contraseña lo antes posible y cancele la tarjeta comprometida".

Dimensionando el crecimiento del “en vivo” en la TV abierta de América Latina

Gonzalo Larrea 28-05-2025 ©cveintiuno

Datos compartidos con Cveintiuno por BB Media ratifican la tendencia al alza del entretenimiento y la programación en vivo en la TV abierta de América Latina en detrimento de los slots de ficción, con las turcas como las latas que más resisten.



‘Ahora caigo’

El pasado 8 de mayo la cadena hispana Telemundo presumió durante su upfront que más del 70% de su programación (casi 5.000 horas) para la próxima temporada será transmitida en vivo.

Y aunque no se trata de una estrategia nueva para el canal de NBCUniversal, que ha venido encontrando éxito en propuestas como ‘La casa de los famosos’, ‘Top Chef VIP’, ‘Los 50’ o ‘Exatlón Estados Unidos’, sí que es un crecimiento del en vivo y la producción propia de entretenimiento en su grilla a costa de los contenidos enlatados.

Es que, si a ese 70% se le suman sus series originales, ¿qué lugar queda entonces para las adquisiciones?

El caso de Telemundo está lejos de ser aislado en América Latina, donde cada vez más canales de TV abierta están apostando por la programación en directo, el entretenimiento y la adaptación (o creación) de formatos.

Tal como lo demuestran cifras de BB Media compartidas con Cveintiuno, en promedio el 50,7% de la programación de los canales de América Latina está compuesta por shows de entretenimiento o de estudio, incluyendo game shows, magazines, realities o programas de variedades.

Es un crecimiento con respecto al 45,7% registrado hace dos años en marzo de 2023 y se da en detrimento de las películas, que pasaron del 6,8% al 5,8%, y las series, que cayeron del 20,9% al 17,3%.

Si se le suman las noticias, el porcentaje de la programación propia o en vivo ya supera en promedio el 70%.



TVN de Chile es un buen ejemplo en ese sentido. El canal público atraviesa desde hace un año una transformación, con la llegada a la dirección de programación del ex Chilevision Javier Goldschmied.

Y una de sus primeras decisiones al tomar posesión del cargo fue relanzar la producción original del canal a través de la adaptación de formatos de entretenimiento, como el game show de Armoza Formats 'Still Standing' ('Ahora caigo'), el talent show de Fremantle 'My Name Is' ('Mi nombre es') o el peculiar concurso de Talpa Studios 'The Floor'.

Aunque seguramente no fuese su intención, su cambio de estrategia también afectó a las latas. Y en el caso de TVN, especialmente a las turcas, que ya no cuentan con ningún slot en el canal.



Javier Goldschmied

"Cuando uno tiene que dar vuelta a un canal para poder competir, lo primero que debe hacer es darle fuerza al músculo de producción y producir formatos como talent, cooking o game shows. Porque al final la gente dice, 'mira, TVN despertó, está vivo'".

"Obviamente los dramas turcos son un súper contenido de ficción. Pero si tu canal está en problemas, no siempre van a ser la solución", agrega.

Chile fue, como es sabido, el país que inició el boom del contenido turco en América Latina y es considerado por muchos como un mercado promedio en la región: si funciona en Chile, seguramente funcione en el resto de los países. Y al igual que TVN, la televisión local viene desde hace un tiempo dando un giro hacia el entretenimiento en vivo.

Por ejemplo Mega, donde acaba de fichar como nuevo director general uno de los "padres" del boom turco en la región, Patricio Hernández, viene de contratar al productor de entretenimiento Carlos Valencia, desde Chilevisión. Y una de las razones esgrimidas fue justamente que el canal se volcará más a este tipo de programación.



Cristian Ciudad

Pero quizás la cadena local más decidida en ese sentido sea Canal 13, que desde que anunció su regreso a los realities hace ya casi dos años no ha dejado de programar formatos originales en su prime time, como 'Tierra brava', '¿Ganar o servir?', 'Palabra de honor' y ahora 'Mundos opuestos', todos producidos desde Lima en alianza con el broadcaster peruano Latina y la productora chilena Cooking Media.

"El foco en Chile es sobre todo la producción propia, pero por un tema de inversión. Es que la inversión publicitaria lo que quiere es diferenciarse y la localidad te da la diferenciación del streaming. Y más como televisión abierta", explica Cristian Ciudad, gerente general de Televisión Abierta de Canal 13 de Chile.

Según el canal, esta estrategia le permitió ser el año pasado el único en Chile que aumentó su participación en la torta publicitaria (pasó del 23,1% al 26,1%) y en ratings (+6%). Tanto es así, que su apuesta al vivo y a la producción propia se acaba de extender también a sus tardes con el estreno del magazine 'La tarde es nuestra', sustituyendo, justamente, a una turca ('A Love Story', de Calinos).

Las turcas, sin embargo, son las series más resistentes en este contexto, con presencia en prácticamente todos los canales de la región y nuevas ventas anunciadas luego de cada mercado.

El propio Canal 13 viene de anunciar hace no tanto la compra de 'I Am Mother' de Eccho Rights y en la reciente edición de los LA Screenings Independents Mega adquirió el drama turco 'Valley of Hearts', de Inter Medya.

Incluso Goldschmied no descarta en un futuro que TVN emita dramas turcos. Y, volviendo al caso de Telemundo, los pocos slots reservados por el canal para programación adquirida son ocupados justamente por las turcas, con los estrenos la próxima temporada de 'Blooming Lady' y 'Leyla', ambos de Madd Entertainment.

Según los datos de BB Media, la ficción de origen turco es de hecho la que más presencia tiene en la TV abierta latinoamericana, con un share a marzo del 2025 del 32,9% de todas las ficciones emitidas en Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Uruguay, los países estudiados por BB para este informe.

La cifra casi duplica el 18,9% que ocupan las ficciones mexicanas y supera ampliamente el 15,2% de las de Colombia [*NdR: los datos de BB también cuentan las emisiones de ficciones locales de Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Uruguay y Colombia, por lo que el porcentaje de las latas colombianas como programación adquirida es de hecho menor*]. El resto de los países apenas figura, con Estados Unidos con un 5,6% y España con un 4,2%.

Curiosamente, el dato de Turquía es incluso mejor que el 22,4% registrado en marzo de hace dos años, cuando recibía una mayor competencia de territorios como Colombia (27,8%) o Brasil (8,1%).



Sin embargo, el análisis de BB Media también es claro con respecto a la tendencia a favor del entretenimiento en detrimento de la ficción.

Chile es en ese sentido uno de los territorios donde más peso tiene la programación de shows de entretenimiento o variedades, que ocupan actualmente el 62,7% de las grillas (sin contar las noticias). Es una cifra muy estable con respecto al 60,1% de hace dos años.

Pero en otros mercados el salto sí que es más notorio, como Argentina, que pasó del 47,50% al 60,49%.

En el caso de Argentina esa tendencia se hace evidente con el ejemplo de Telefe, que llegó a tener cinco slots diarios ocupados con dramas adquiridos y que hoy los redujo a dos (tiene al aire 'Forbidden Fruit' a las 17:45 horas y 'Golden Boy' a las 19:00, ambas turcas).

Lo mismo se puede decir de Colombia, que pasó del 39,4% al 47%, o de Perú, que pasó del 39,1% al 46,8%.

Este movimiento es argumentado por la mayoría de los canales como una forma de programar contenidos que generen la "urgencia" de ser consumidos en directo para competir con las plataformas de streaming.

"Prensa y entretenimiento ocupa actualmente un 60% de nuestra grilla, pero mi idea es subir ese porcentaje a entre 65% y 70%. Esto es lo que nos hace vigentes y lo que la gente quiere ver. Los peruanos quieren ver sus realidades y sus producciones propias", explica en ese sentido Eric Jürgensen, gerente general del broadcaster peruano Latina TV desde comienzos de este año.



Eric Jürgensen

Pero, también es cierto que la caída de la inversión publicitaria en la TV ha provocado una importante reducción de los presupuestos y, si bien algunos formatos internacionales como 'Gran hermano' o 'MasterChef' pueden ser caros de producir, muchos de los minutos destinados al en vivo se los llevan programas matutinos o magazines vespertinos, que son en cambio mucho más económicos de realizar, tal como demuestran los datos de BB Media.

De hecho, el género más frecuente a la hora de analizar los shows de producción propia es el de variedades, con el 27% del share de este tipo de programación.

Le siguen los talk shows (17,5%) y los magazines (13,5%).



Géneros más propios de formatos internacionales como reality, cooking show o game show ocupan apenas el 3,1%, 3,2% y 3,9%, respectivamente.

Y, para esos, está la oportunidad de reducir costos a través de la creación de hubs de producción, de los que estamos viendo una proliferación de propuestas en la región.

Canal 4 de Uruguay, por ejemplo, se ha posicionado con sus estudios para 'Still Standing', aprovechados por Teleamazonas de Ecuador y UniMás de Estados Unidos.

América TV de Perú, a través de sus América Studios, acaba de hacer lo mismo con el reality 'The Auction', realizando junto a las israelíes Dori Media y Abot Hameiri y las argentinas Kapow y Open Kimono. Y Caracol de Colombia viene de crear un lanzan hub para producción de contenidos unscripted junto a Formata.

Si hay una sensación que quedó en evidencia tras los recientes LA Screenings es que, al menos de momento, esta será la dirección que seguirán tomando los canales abiertos de la región y que, además de los turcos, quien tenga hoy un formato de éxito tiene buenos negocio para hacer.

Para el resto, las plataformas y la siempre presente TV paga seguirán siendo sus mejores clientes.

Streamers y productores brasileños en Rio2C llaman a integrar salas de cine, TV abierta y plataformas



Renata Brandão de Conspiração y Renato D'Angelo de Disney en Rio2C

RIO2C: Productores y streamers brasileños destacaron la necesidad de que convivan el streaming, la televisión abierta y las salas de cine, a las que definieron como una "ventana fundamental" para el éxito de la cadena de valor audiovisual actual.

"El cine es completamente fundamental para el éxito de las producciones. Es una experiencia única y que creemos que durará para siempre. Además, beneficia al consumidor, que hoy tiene muchas dificultades a la hora de elegir qué ver", dijo en Rio2C Renato D'Angelo, director general de The Walt Disney Company en Brasil.

"El contenido brasileño está en un gran momento", comentó a su vez Alex Medeiros, director de dramaturgia, documentales y películas de Globoplay, en un ambiente de celebración por el reciente éxito en los Oscar de 'I'm Still Here', la primera película original de Globoplay dirigida por Walter Salles.

A eso se suma otro hito de última hora para el cine local: la conquista de cuatro premios en el Festival de Cannes de la película de Kleber Mendonça Filho, 'O Agente Secreto'.



Alex Medeiros

Medeiros también destacó el reciente anuncio de la adaptación de 'En el jardín del ogro', libro de la prestigiosa escritora franco-marroquí Leila Slimani, a un largometraje que será protagonizado por Alice Braga y que es fruto de la alianza entre Globo y Disney para producir cuatro largometrajes para salas de cine, con Globoplay y Disney compartiendo segunda ventana simultánea.

"El anuncio fue recibido por la comunidad internacional de una manera grandiosa. ¿Cómo puede ser que Brasil haya logrado comprar los derechos de un libro tan exitoso? Es una conquista y muestra que estamos produciendo historias a un altísimo nivel", aseguró Renata Brandão, CEO de Conspiração Filmes, que estará a cargo de la coproducción junto a Globoplay y el sello Star Original Productions, de Disney.

"Nos vemos mucho más como socios que como competencia. Globo conoce muy bien el mercado brasileño y el 67% de nuestros suscriptores afirman que quieren ver producciones nacionales en nuestra plataforma. ¿No podremos aumentar nuestro acuerdo a 12 producciones?", bromeó D'Angelo.

Los presentes coincidieron en que "flexibilidad" es la palabra del momento en tiempos donde es clave explorar el "ventaneo colaborativo" que incluye coproducción, no exclusividad y extensión del ciclo de vida de las producciones a través de la retroalimentación entre pantallas.

"Hay una coexistencia del streaming con otras ventanas, y las producciones proyectadas muestran total respeto a la ventana del cine. Por otra parte, las películas han mostrado grandes performances cuando incluyen una alianza con televisora abiertas", dijo Brandão.

“Vemos que existe espacio para estar en todas las plataformas, no solo en la cabeza del consumidor, sino en el propio mercado”, añadió Medeiros. “‘I’m Still Here’ es una coproducción entre tres productoras independientes, VideoFilmes, Conspiração y RT Features; una plataforma de streaming brasileña y una distribuidora internacional. La palabra clave es flexibilidad”.

Sebastián Torterola

28-05-2025

©cveintiuno

El potencial de crecimiento del FAST está en la 'shoppable TV', afirma Omdia en Rio2C



María Rua Aguete de Omdia este martes en Rio2C

RIO2C: La 'shoppable TV' o la capacidad de los usuarios de comprar fácilmente desde los anuncios servidos en la TV contectada (CTV) es uno de los grandes potenciales que tiene el FAST para crecer como mercado, según la firma de análisis Omdia.

Según afirmó aquí en Río de Janeiro María Rua Aguete, directora de medios y entretenimiento de Omdia, la razón de esta proyección está en el acelerado aumento global proyectado para el retail media, esto es, la inversión publicitaria de marcas orientada a la compra de artículos por internet.

"El retail media crecerá más rápido y será mayor que casi todos los demás segmentos publicitarios, incluyendo los videos en redes sociales. Para 2029, existe la oportunidad de que la inversión en retail media ascienda a US$ 300.000 millones, y esa cifra asciende a US$ 6,6 billones en el caso del e-commerce", expresó la consultora.

De acuerdo con Rua Aguete, la oportunidad para el FAST radica en los potenciales acuerdos por los datos hipersegmentados que este medio puede ofrecer a las marcas.

Es que las marcas aún no están aprovechando la potencia que la granularidad de estos datos pueden traer para dirigir sus mensajes publicitarios a la compra directa.

“Aún hay mucho por hacer en ese sentido. Necesitamos ser capaces de mejorar la segmentación de los anuncios, ofrecer la capacidad de comprar en el momento, asegurar que el pago sea instantáneo y solucionar la entrega del producto al hogar”, agregó Rua Aguete, poniendo el foco en los puntos clave de fricción que necesitan mejorar.

Ante la audiencia brasileña en Rio2C, la analista anticipó un futuro próspero para el FAST en Brasil, considerando que su consumo se ha cuadruplicado en el país en los últimos cuatro años, una marca considerable en comparación con lo que sucede en Estados Unidos, donde la tasa de crecimiento del FAST ha sido de x2,5.

“América Latina será la región que más crezca en FAST a nivel global entre 2024 y 2029, multiplicando dos veces y media su mercado. Además, Brasil será el tercer mercado FAST más importante del mundo en 2029, solo por detrás de Estados Unidos y Reino Unido”, dijo.

Una de las explicaciones por las cuales todavía hay mucho espacio para crecer en FAST está en el comportamiento de las agencias de medios.

Según Rua Aguete, existe un “exceso” de inversión por parte de las agencias en videos en redes sociales y TV lineal, la cual no se condice con el tiempo de visionado que las personas dedican a estos medios. En el caso del FAST esto es notorio, ya que tiene el mejor completion rate (tiempo dedicado por usuarios a ver anuncios) de los servicios gratuitos basados en publicidad.

“A nivel global, hay una sobreinversión de dinero en medios como redes sociales y TV lineal, que no tiene retorno en términos de tiempo frente a la pantalla. Las agencias tienen que abrir los ojos frente a esto. Y en Brasil esta brecha es más grande, por lo cual hay una oportunidad aún mayor”, afirmó.

El crecimiento en ventas de CTVs en Brasil y la región, el equilibrio entre grupos etarios que eligen ver FAST, así como la diversidad de géneros que “funcionan” entre las audiencias, también se destacaron como fortalezas del servicio para el futuro.

Sebastián Torterola

28-05-2025

©cveintiuno

VARIETY

May 22, 2025 12:00am PT

Warner Bros. Discovery, U-Next Strike Global Distribution Deal for Japanese Dramas (EXCLUSIVE)

By **Naman Ramachandran**



'Please Die My Beloved' Film Partners

Warner Bros. Discovery and Japanese streaming giant U-Next are taking their partnership global, unveiling plans to distribute a curated slate of premium Japanese drama series on Max across international markets including the U.S., Brazil and Southeast Asia.

The move marks a significant expansion of the companies' exclusive partnership, which launched Max within the U-Next platform in Japan last year. Now, the duo is flipping the script to showcase Japanese content to worldwide audiences on WBD's flagship streaming service.

Leading the international rollout is TBS' anticipated "Love is for the Dogs," described as an "East meets East story" based on the popular webtoon "Dog-Like Romance." The collection also includes TV Tokyo's dark comedy "Please Die My Beloved" and TBS's legal drama "Ignite," among others.

The full slate comprises 10 titles spanning multiple genres, with offerings from both TBS and TV Tokyo. Additional series include "Mr. Mikami's Classroom," "Who Saw the Peacock Dance in the Jungle?," "La Grande Maison Tokyo" and its special edition, "Light of My Lion," "Until I Destroyed My Husband's Other Family," and "Baby Assassins."

"Max on U-Next has seen strong engagement from Japanese audiences, with our premium U.S. content such as 'The Last of Us' and 'And Just Like That…' performing incredibly well on the platform since launch," said Magdalene Ew, head of content, streaming, APAC at Warner Bros. Discovery. "With interest in Japanese content growing globally, our partnership with U-Next gives us the opportunity to spotlight homegrown stories and talent with international audiences."

The international launch is slated for later this year, with specific market dates to be announced in the coming months. The strategy reflects both companies' commitment to cross-cultural content exchange, building on the success of their initial collaboration.

"Since announcing the exclusive partnership with WBD last year, one of our focus areas has been the global distribution of Japanese IP," said Tenshin Tsutsumi, U-Next Inc. president and CEO. "We're strategically starting with a curated collection of dramas – selected not only for their domestic popularity but also for their potential to resonate cross-culturally in tone, theme and character – helping to drive awareness with new fans."

The partnership, announced in September 2024, established Max as the exclusive home of HBO Originals in Japan through the U-Next platform. Japanese subscribers gained simultaneous access to global hits like "The Last of Us" season two and "The White Lotus" season three alongside their U.S. releases.

U-Next currently offers the largest volume of SVOD content in the country, according to GEM Partners data. The platform has expanded beyond traditional streaming to include live sports through an exclusive seven-year Premier League partnership, plus e-manga, e-books and e-magazines.

The company strengthened its local content pipeline following the integration of Paravi in July 2023, establishing direct access to variety and scripted dramas from major Japanese terrestrial channels TBS and TV Tokyo.

For Warner Bros. Discovery, the deal represents another step in its global content strategy, leveraging local partnerships to both distribute its premium content internationally and surface regional stories for worldwide audiences. The media giant operates across more than 220 countries and territories in 50 languages through its portfolio of brands including Discovery Channel, Max, CNN, HBO, and others.

The Hollywood Reporter

TV NEWS

Netflix, BBC Studios Team on Comedy Podcast 'The Big Pitch With Jimmy Carr'

To give a glimpse behind the scenes of the movie pitching process, the comedian says the podcast will also be "a good excuse to mess around with some very funny friends."

By Georg Szalai May 28, 2025 1:20am



Jimmy Carr

Netflix and BBC Studios' BBC Studios Audio unit have unveiled the commission of comedy podcast *The Big Pitch With Jimmy Carr*. It will be co-produced by Netflix Podcasts and BBC Studios Audio and be available for audiences globally from today, Wednesday, May 28.

"There are over 27,000 different Netflix sub-categories. And they can get pretty niche. From 'Steamy Crime Movies from the 1970s' to 'Australian Dysfunctional Family Comedies Starring A Strong Female Lead,' the genres get really, really niche," the partners quipped in a Wednesday announcement. "*The Big Pitch With Jimmy Carr* sees a parade of much-loved comedians pitch movie ideas to Jimmy, our sceptical host, which fit Netflix's most obscure sub-genres.

Guests are challenged to figure out the plot and cast under the pressure of Jimmy's withering gaze. At the end of the pitch, Jimmy decides whether to move to greenlight or condemn our guests and their dubious ideas to development hell."

Across the 10 episodes of the podcast, guests will include *Ted Lasso* star Nick Mohammed, Phil Wang, Romesh Ranganathan, Ahir Shah, Kerry Godliman, Michelle Wolf, London Hughes, Chris McCausland, Jamali Maddix, and Asim Chaudhry.

"By night, I'm a stand-up comedian, but by day I have a proper job in real show business," said Carr, joking: "I commission movies for Netflix. So, if you've ever seen a movie you liked on Netflix – you're welcome. This podcast gives a glimpse behind the scenes of the rigorous pitching process, and it's also a good excuse to mess around with some very funny friends."

The Big Pitch With Jimmy Carr is a co-production by Netflix and BBC Studios Audio. From BBC Studios Audio, the executive producer is Pete Strauss, with production executive Ian Heydon, production manager Mabel Finnegan-Wright, and production coordinator Becky Carewe-Jeffries. BBC Studios Audio's creative director for comedy & entertainment is Richard Morris, and the deal was brokered by Claire Long. From Netflix, the executive producers on the podcast are Kathryn Huyghue, Erica Brady, and David Markowitz.

The series will be available worldwide to listeners wherever they get their podcasts, with "fully visualized episodes" available on the *Netflix Is A Joke* YouTube channel.

BBC Studios Audio's work includes such investigative serials as *Stalked*, *To Catch A Scorpion*, and *Things Fell Apart*, such long-running Radio 4 series as *Desert Island Discs* and *In Our Time*; as well as such podcasts as *You're Dead to Me* and *Evil Genius*.

Los Angeles Times
theEnvelope

Awards

The Cannes prizewinners to watch for in the Oscar race



Renate Reinsve holds Inga Ibsdotter Lilleaas in "Sentimental Value."

By **Glenn Whipp** May 26, 2025 6 AM PT

After reading about these California beaches, can you blame me for thinking about the south of France right about now? And, you know, the movies at Cannes this year were pretty good too. In fact, we might have another best picture Oscar winner from the festival.

I'm Glenn Whipp, columnist for the Los Angeles Times and host of The Envelope newsletter, which is back in your inbox after a springtime sabbatical. Today, I'm looking at the news out of the Cannes Film Festival, wondering if Neon's publicity team will be getting any rest this coming awards season.

The Cannes-to-Oscars pipeline is flowing

Last year's Cannes Film Festival gave us a Demi Moore comeback ("The Substance"), an overstuffed, ambitious movie musical that everyone loved until they didn't ("Emilia Pérez") and a freewheeling Cinderella story that became the actual Cinderella story of the 2024-25 awards season ("Anora").

Sean Baker's "Anora" became just the fourth film to take the festival's top prize, the Palme d'Or, and then go on to win the Oscar for best picture. But it had been only five years since Bong Joon Ho's "Parasite" pulled off that feat, so this would seem to be the direction that the academy is going. As the major Hollywood studios have doubled down on IP, indies like A24 and Neon have stepped up, delivering original, daring films that win the hearts of critics, awards voters and, sometimes, moviegoers.

Neon brought "Anora" to Cannes last year, confident that it would make an ideal launching pad. This year, the studio bought films at the festival — among them the taut, tart revenge thriller "It Was Just an Accident," from dissident Iranian filmmaker Jafar Panahi, and the anarchic political thriller "The Secret Agent" from Brazil's Kleber Mendonça Filho.



Iranian filmmaker Jafar Panahi holds the Palme d'Or after winning the Cannes Film Festival's top prize for "It Was Just an Accident." (Sameer Al-Doumy / AFP/Getty Images)

"It Was Just an Accident" won the Palme, making it the sixth consecutive time Neon has won the award. Despite being one of the world's most celebrated and influential filmmakers for movies like "No Bears" and "The White Balloon," Panahi has never received any recognition at the Oscars. That will change this coming year.

Another movie that might deliver the goods is a title Neon announced at Cannes last year, "Sentimental Value," an intense family drama that earned a 15-minute standing ovation.

Or was it 17? Or 19? The audience at the Grand Théâtre Lumière might still be standing and applauding; who knows with these Cannes festivalgoers. I'd be long gone, heading to the nearest wine bar. The point is: People love this movie. It won the Grand Prix, Cannes' second-highest honor.

"Sentimental Value" is a dysfunctional family dramedy focusing on the relationship between a flawed father (the great Stellan Skarsgård) and his actor daughter (Renate Reinsve, extraordinary), two people who are better at their jobs than they are at grappling with their emotions. They're both sad and lonely, and the film circles a reconciliation, one that's only possible through their artistic endeavors.

Norwegian director Joachim Trier directed and co-wrote "Sentimental Value," and it's his third collaboration with Reinsve, following her debut in the 2011 historical drama "Oslo, August 31st" and the brilliant "The Worst Person in the World," for which she won Cannes' best actress prize in 2021. Reinsve somehow failed to make the cut at the Oscars that year, an oversight that will likely be corrected several months from now.



Jennifer Lawrence in Lynne Ramsay's "Die, My Love." (Festival de Cannes)

But it's not just about the prix

Reinsve could well be joined in the category by a past Oscar winner, Jennifer Lawrence, who elicited rave reviews for her turn as a new mother coping with a raft of feelings after giving birth in Lynne Ramsay's Cannes competition title "Die, My Love." Critics have mostly been kind to the film, which Mubi bought at the festival for $24 million.

Just don't label it a postpartum-depression drama, for which Ramsay pointedly chastised reviewers.

"This whole postpartum thing is just bull—," she told film critic Elvis Mitchell. "It's not about that. It's about a relationship breaking down, it's about love breaking down, and sex breaking down after having a baby. And it's also about a creative block."

However you want to read it, "Die, My Love" looks like a comeback for Lawrence, last seen onscreen two years ago, showing her comic chops in the sweetly raunchy "No Hard Feelings." Lawrence won the lead actress Oscar for the 2012 film "Silver Linings Playbook" and has been nominated three other times — for "Winter's Bone," "American Hustle" and "Joy."

With Ramsay's movie, which co-stars Robert Pattinson as her husband, Lawrence may well have printed her return ticket to the ceremony, which would be welcome. The Oscars are always more fun when she's in the room.

theguardian

The race report

Black British TV makers ‘fighting over scraps’ amid lack of opportunities

Industry figures say conditions are worse now than before the Black Lives Matter movement in 2020



Andy Mundy-Castle (right), seen accepting a Bafta, says public broadcasters should protect a proportion of their commissioning budget for shows by black-focused production companies. Photograph: John Phillips/Bafta/Getty Images for BAFTA

Lanre Bakare Tue 27 May 2025 17.13 CEST

Black British TV makers are “fighting over scraps” because of the lack of opportunities, industry figures have said, arguing that conditions are worse now than before the Black Lives Matter movement that emerged in 2020.

The Guardian spoke to Black British executives, producers, directors and writers who said their industry had not fundamentally changed after the racial reckoning that was triggered after George Floyd's murder in the US five years ago.

Andy Mundy-Castle, the founder of the indie company DocHearts, who won a Bafta and a Royal Television Society award in 2024 for the documentary White Nanny, Black Child, said despite critical acclaim it was as difficult as ever to get commissions.

"You are so far removed from the top of the food chain that you just get the scraps … we aren't given the biggest opportunities," he said. "I've been noisy and stubborn enough not to go away but there are so many people who have just said, 'Fuck this. We're leaving'."

Marcus Ryder, the chief executive of the Film and TV Charity, said the lack of representation behind the camera at the highest level had contributed to the stasis reported by many Black figures within TV and film.

The regulator Ofcom's latest report into equality, diversity and inclusion in broadcasting found 18% of people working in the industry are people of colour, but only 11% of senior managers are. The UK benchmark is 16%.

He said: "If we look at who still has fundamental control and say as to what we watch and how that's made it is still disproportionately white people. So there has not been a fundamental shift in how television actually works."

All the people the Guardian spoke to accepted that the "abrupt and precipitous" shift in fortunes of the industry, which spent record amounts on new shows post-Covid but has since contracted rapidly after a collapse in advertising revenues, was partially to blame.

A report published last year found 70% of indies faced the risk of closure if there was no improvement in market conditions. Peter Kosminsky, the Bafta-award winning director of Wolf Hall, said public service broadcasters could no longer afford to make high-end drama such as Netflix's Adolescence.

That contraction and the rise of anti-diversity, equity and inclusion (DEI) politics in the US and UK has led to figures from the industry calling for TV bosses to not row back on promises to make the sector more equitable in the aftermath of BLM.

"Inclusion isn't some fashionable accessory you put on when it suits and take off when the political weather changes," said the comedian Lenny Henry during a speech at Birmingham City University last week. "It's a duty. It's a responsibility."

The summer of 2020 was seen as a watershed moment for British TV and its attitudes towards race, and especially Black British talent. The historian and broadcaster David Olusoga used his MacTaggart lecture – the state-of-an-industry address at the Edinburgh TV festival – to insist he was not a "diversity success story" but someone who had survived in a hostile industry.

In the aftermath of BLM there was a spate of Black British TV commissioned and produced. Steve McQueen's Small Axe was released in late 2020 by the BBC, which also produced Boarders, Mr Loverman, Noughts and Crosses, This Town, Dreaming Whilst Black and the comedy thriller Black Ops.

Candice Carty-Williams's Queenie came to Channel 4 and her show Champion was on the BBC; while Top Boy and Rapman's Supacell were ratings hits for Netflix.

Channel 4 hosted "Black to Front" where shows such as Countdown were hosted by Black British talent, and new shows were developed and broadcast, although none were taken through to series. The Channel 4 News part of Black to Front was nominated for a Bafta.

"It was a great opportunity," said a person who worked on a Black to Front show. "But years down the line things have gone backwards."

Few of the shows that came after BLM have been developed beyond a single run; Riches lasted only one season on Amazon, as did Lenny Henry's Three Little Birds at ITV. The broadcaster said the drama did not generate "the numbers that we'd hoped for" despite it debuting with nearly 3 million viewers in October 2023.

Many feel 2020 was a false dawn when channels wanted to be seen doing the right thing but without a real plan to change structurally or support talent long term.

A Black British writer who asked to remain anonymous said in 2021 they were asked to develop a show, shot a pilot and then were told in 2023 that the channel did not want to proceed. "They wanted to be seen as progressive and then when that time passed, they said: 'Oh, like, we don't need to make that effort any more'," the writer said.

A Black British director who also asked to remain anonymous said that some production companies engaged in a practice colloquially known as "organ harvesting". Directors are invited to pitch for a job, are subsequently unsuccessful but their concepts and casting ideas are used by white-led companies.

"We'll take all your ideas, we'll take all of your personal experiences growing up," the director said. "We might even ask you to leave your mood boards, all of your suggestions of casting, and then … 'Thanks, bye'."

A forthcoming report from the Film and TV Charity found that Black British TV workers were more likely to experience suicidal thoughts (38%), leave the industry (36%) and have worked less than three months in the last year (21%), compared with their white counterparts.

Mundy-Castle said public broadcasters should protect a proportion of their commissioning budget (a figure in line with the black population of the UK, which is just over 4%) for shows made by black-focused production companies.

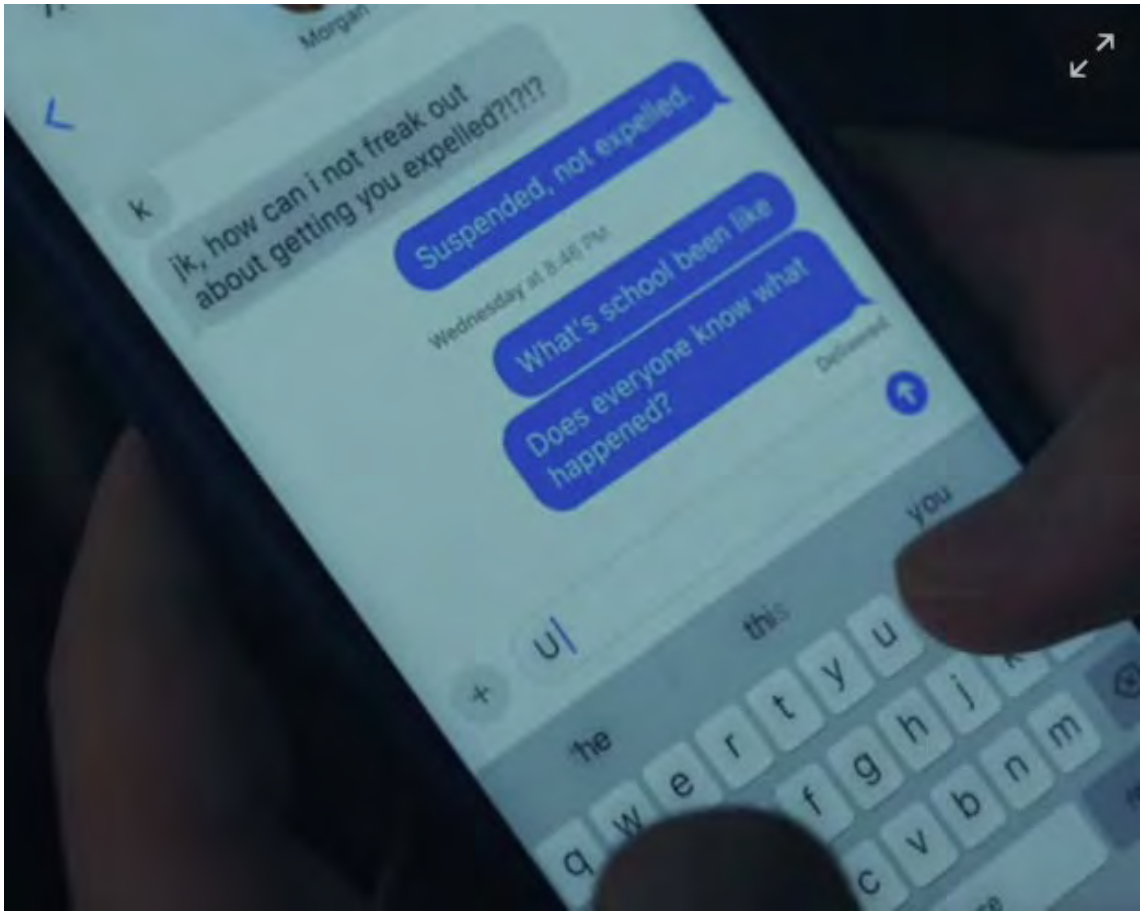
“It should be something that is a given,” he said. “A ringfenced amount of money that needs to go to the people that are creating shows for that cohort.”

Without change, he said, the current TV leaders would play out a “Jurassic Park” scenario where they were seen as dinosaurs in a shifting digital landscape they did not understand. He said: “You can benefit from our differences but if you want to close the gates to Jurassic Park, you’re going to be extinct very soon.”

theguardian

Sex up the sexting! Why text messages are the hot new boom area in TV shows

What makes for a believable texting – or sexting – exchange? And why has this suddenly become so crucial for a character's credibility? We meet the teams who agonise over writing lines that only appear on screen for seconds



K, JK … a text chat between teens in Your Friends & Neighbours.

Amelia Tait Mon 26 May 2025 16.49 CEST

In the final episode of Ted Lasso's second season, Ted sends a text to his ex-wife that reads simply: "Knock, knock." Nothing too unusual about that you might think, but what is strange is that it appears to be the very first message he's ever sent the mother of his son. Stranger still, she has never previously texted him either. The blank white space above and below their messages reveals that the characters share zero messaging history.

It's a problem that used to plague TV. Why is the first message Emily in Paris has ever received from her boyfriend: "Hey, how is Paris?" When Rebecca accidentally sends a text to her crush instead of her best friend in Crazy Ex-Girlfriend, why is their history blank when we saw him text her about a housewarming party a few episodes earlier? In 2021, Wired journalist Zak Jason named a whole litany of shows in which characters don't have text histories – New Girl, Insecure, The Undoing – and argued that it was, "inexcusable, and unnerving to witness".

It appears that studios and streamers alike were listening. Because nowadays, television writers put a huge amount of thought into getting a character's text history right – even if it is only going to appear on screen for a matter of seconds.

> *We met with the writers, directors and showrunners to figure out what Ted Lasso would have said to his doctor three months ago*

In the currently airing dark comedy Your Friends & Neighbours, everyone texts regularly. When Jon Hamm's character Coop wants to meet up with his lover, we see a long history of past booty calls and even the bottom of a sexy snap. When his son texts his crush, it's apparent that she previously responded to something with the letter "k". Meanwhile, recently released thriller series The Stolen Girl features emoji-filled logs between spouses and colleagues: "Grabbing lunch. Want anything?", "I'm WFH today btw." And Ted Lasso course-corrected in season three, showing viewers Ted's historic interactions with swathes of people, including a message to his upstairs neighbour: "I swear to you, I'm not playing music."

"It drives all of us crazy when there aren't text histories – it's something we've fought for years," says Dave Henri, a managing partner of California-based graphic design firm Modern Motion, which he co-founded in 2009. The company developed Magic Phone, a piece of software that can be installed on prop devices on set. The app is paired with a Bluetooth keyboard that allows crew to trigger notifications, or the bubbles that appear when someone is typing, so an actor can tap out any old gibberish and still prompt the right message to appear on screen in real time. Magic Phone also enables productions to add text message histories with plausible time-stamps, and thanks to the realism of the software, it has been used by numerous Apple TV+ productions including The Morning Show, Shrinking and Ted Lasso.

> *TV fans today are taking screen grabs, posting them on Reddit and dissecting everything*

“I think the studios and creatives have embraced the fact that we are so used to seeing these devices that, if it doesn’t look right, the audience bumps against that,” says Modern Motion co-founder Chris Cundey. Or as Henri puts it: “A lot of thought goes into it now because people are aware that fans are taking screen grabs, posting them on Reddit and dissecting everything.”

Modern Motion employee Rob Rogers worked on Ted’s elaborate text history in season three; he says the graphics went through 25 to 30 iterations before they got it right. “We met with the writers, directors and all the showrunners to figure out what Ted would have said to his mum, or what he would’ve said to the doctor three months ago,” Rogers says. Some graphics were even altered after the show premiered, to improve them for people streaming later on. “If they realised a message couldn’t have been sent at 10:53am for whatever reason, they wanted to fix it to make it perfect.”



Scroll queen … Ambika Mod in The Stolen Girl. Photograph: Matt Squire/Disney

A surprising amount of work goes into something that is on screen for just a brief moment. “On just run-of-the-mill text messages, we would have 13 or 14 iterations. That comes down to thinking about what a character is named in a person’s phone, what their contact image is, or whether they know each other well enough to have an image,” says Rogers. In one throwaway gag for eagle-eyed viewers, we see that Ted’s mum has previously texted him to say that her internet is down, before attaching a picture of an unplugged router. “We had like three or four different photos that they provided of that router – that’s how deep we go.”

While it's fun to add Easter eggs like this, past texts can't be too distracting because then audiences will miss the "hero text" that is being sent or received as part of the plot. Script editor Charlie Niel battled with this on The Stolen Girl. While texts that were important for the storyline were written into the script by the head writers, he filled in the message histories, which were then signed off by the writers and producers. "The crucial, crucial thing is not pulling focus," he says. Past texts can't be "outlandish, attention-grabbing or long" because viewers' eyes will drift up. "On the other hand, it's a tricky balance because I also find it distracting if the messages are too generic; if they're how no one ever speaks."

Niel looked to his own real-life texts for inspiration. "I would think, 'What do I text my colleagues about?' And it's stuff like, 'I'm going out for coffee, do you want one?'" Sometimes he would throw in a typo to make things realistic. But he also had to be careful not to include anything that would inadvertently affect the story or change the way we see the characters. Continuity was king – if a character gets a text on one day, it needs to be visible in their history the next day – sometimes with a few random other messages in between.



In the end, Niel wrote between 10 and 20 historic texts for each interaction, for only one or two of them to ultimately end up on screen. At one point in The Stolen Girl, a character scrolls through the DMs sent to a media outlet's social media account and Niel had to "adopt the voice of an internet troll" to write these messages. He also had to come up with the senders' names. Because every name that appears on screen has to be signed off by the legal department – so that, for example, a journalist named Amelia Tait couldn't sue if a journalist named Amelia Tait were featured – Niel christened some of the trolls after fellow crew members.

In the end, text message histories won't make or break a show, but they are often appreciated by audiences. "Because TV viewers are so sophisticated now, they'll notice if one little text that we say happened on 26 April contradicts something else in the script," Niel says. Actors, too, often enjoy playing around on their phoney devices. "Making it easy for the actors, and seeing their reaction to it, is really one of the best things," Henri says. Apparently Harrison Ford was a fan of Magic Phone on the Shrinking set. And Cundey notes that even actors who "hunt and peck with just two fingers" while typing can look like master hackers thanks to the software.

Nowadays, if characters' text histories are missing, viewers can be a little more confident that it just might be on purpose. "When a typing bubble appears and goes away and appears and goes away and nothing comes, that's a modern metaphor for something unresolved," Cundey notes – texts can communicate so much with so little. And the crew behind these messages are happy that their work is starting to get noticed. "We are an often misunderstood or passed over vocation of the industry," says Rogers. "But we're also ever-growing." Or to put it another way: ppl don't say omg atm, but iykyk.

VULTURE

TV | RECAPS | MOVIES | COMEDY | MUSIC | BOOKS | THEATER | STREAMING

AT THE BOX OFFICE

Why Disney's Live-Action Lilo & Stitch Succeeded Where Snow White Failed

By Chris Lee, a Vulture senior reporter who covers Hollywood



Lilo & Stitch Photo: Disney

They make an unlikely tag team: an irrepressible, indestructible surfing alien and the wing-walking, couch-jumping living embodiment of Hollywood superstardom. But over the weekend, Disney's live-action Lilo & Stitch remake combined with Tom Cruise's Mission: Impossible — The Final Reckoning to break all Memorial Day box-office records.

The Hawaii-set kids flick kowabunga'd past pre-release "tracking" estimates, opening to a massive $183 million in North America. And the more adult-skewing M:I8 sold $77.5 million (a franchise best for the 29-year-old Paramount superspy series that tops Mission: Impossible — Fallout's $61.2 million debut), helping pack in audiences over a four-day

holiday release corridor that grossed a cumulative $322 million. (That figure is taken in conjunction with several new films, including Friendship and The Last Rodeo, as well as older hits still in wide release: Thunderbolts*, Final Destination: Bloodlines, and Sinners.) Such a showing not only topped the previous cumulative Memorial Day record of $314 million set in 2013. Lilo shot down none other than Top Gun: Maverick to claim the biggest single-film opening over that all-important summer battleground weekend in history.

The upshot? The analytics firm Comscore now predicts that Hollywood is indeed on track for a $4.2 billion summer at the box office thanks to the variety, quality, and sheer volume of impending blockbusters finally hitting screens after years of Hollywood's strikes-related disruptions. Final Reckoning's eye-watering, potentially most-expensive-movie-ever-made price tag — a reported $400 million in production costs, thanks to pricey action set pieces and lengthy shutdowns due to the strikes, with at least another $100 million spent on marketing — means that film will remain in the red for the foreseeable future, even while its global gross stands at $204.5 million. But Disney, at least, looks to have another billion-dollar hit on its hands with Lilo & Stitch. That's an especially welcome victory after the commercial and critical misfire of another live-action remake earlier this year — Snow White, which reportedly cost between $240 million and $270 million and grossed a dismal $205 million due to toxic word-of-mouth buzz.

Where Lilo grossed an astonishing $314.7 million worldwide this weekend, last summer, Pixar's animated coming-of-age caper Inside Out 2 opened to a comparatively muted $295 million before going on to collect $1.69 billion globally for the House of Mouse. And where some of Disney's previous live-action reiterations of classic animated fare failed to get cineplex turnstiles similarly spinning — 2021's girl-bossy One Hundred and One Dalmatians spinoff Cruella took in $223 million on a $100 million budget; Mary Poppins Returns grossed $362 million on a $130 million budget in 2018 — Lilo is again proving that non-animated redos can be colossal business. That's no doubt an immense relief to Universal, which is trotting out a live-action remake of How to Train Your Dragon on June 13, already has a sequel in the works, and has made a HTTYD "experience" with roller coasters and stage shows a cornerstone of its newly opened Florida theme park, Epic Universe.

Recreating a movie by utilizing the same characters, plotting, fantastical elements, and title is the textbook definition of a cynical Hollywood cash grab. So why do studios keep pumping out live-action remakes, and why do audiences reward this "the same but different" content recycling with butts in seats?

Ultimately, the creative calculus behind studio executives' decision to green light a remake like Lilo & Stitch comes down to certain data sets. According to Deadline, the Lilo & Stitch franchise — which encompasses the original theatrical film, direct-to-video movies, a TV series, and several other animated spinoffs — drove over half a billion hours of viewership on Disney+. The franchise is also an evergreen merch-mover, with retail products including collectible figures, dog collars, and pillow buddies that reliably rake in billions of dollars globally. (They generated $2.5 billion in 2024 alone.) Factor in

no small amount of millennial nostalgia and you have precisely the kind of prerelease awareness that delivers blockbusters. Which makes it all the more wild to recall that upon its announcement in 2018, the live-action Lilo was intended as a straight-to-streaming release to bolster the studio's then-nascent OTT service Disney+.

Part of Lilo's success also comes down to the difference between its approach to the term "live-action" and what you see in films like Snow White and Cruella and Mary Poppins, which feature mostly real actors onscreen, give or take a CGI dwarf or seven. "Live-action films that place an animal or fantasy creature in live-action settings are really hybrids," notes David A. Gross, who publishes the FranchiseRE entertainment-industry newsletter. "They combine fantasy creatures and human characters in realistic settings and that opens up the storytelling visually. It stretches the imagination and makes the spectacle bigger and funnier."

That hybrid classification extends to recent hits such as Minecraft and Sonic the Hedgehog, which combine live actors with CGI beasties. On the other hand, "animated fairy tales are not translating to live action well because retelling those stories diminishes the fantasy," Gross continues. "It makes the stories smaller. The emotional range is narrower and less expressive. They're struggling right now."

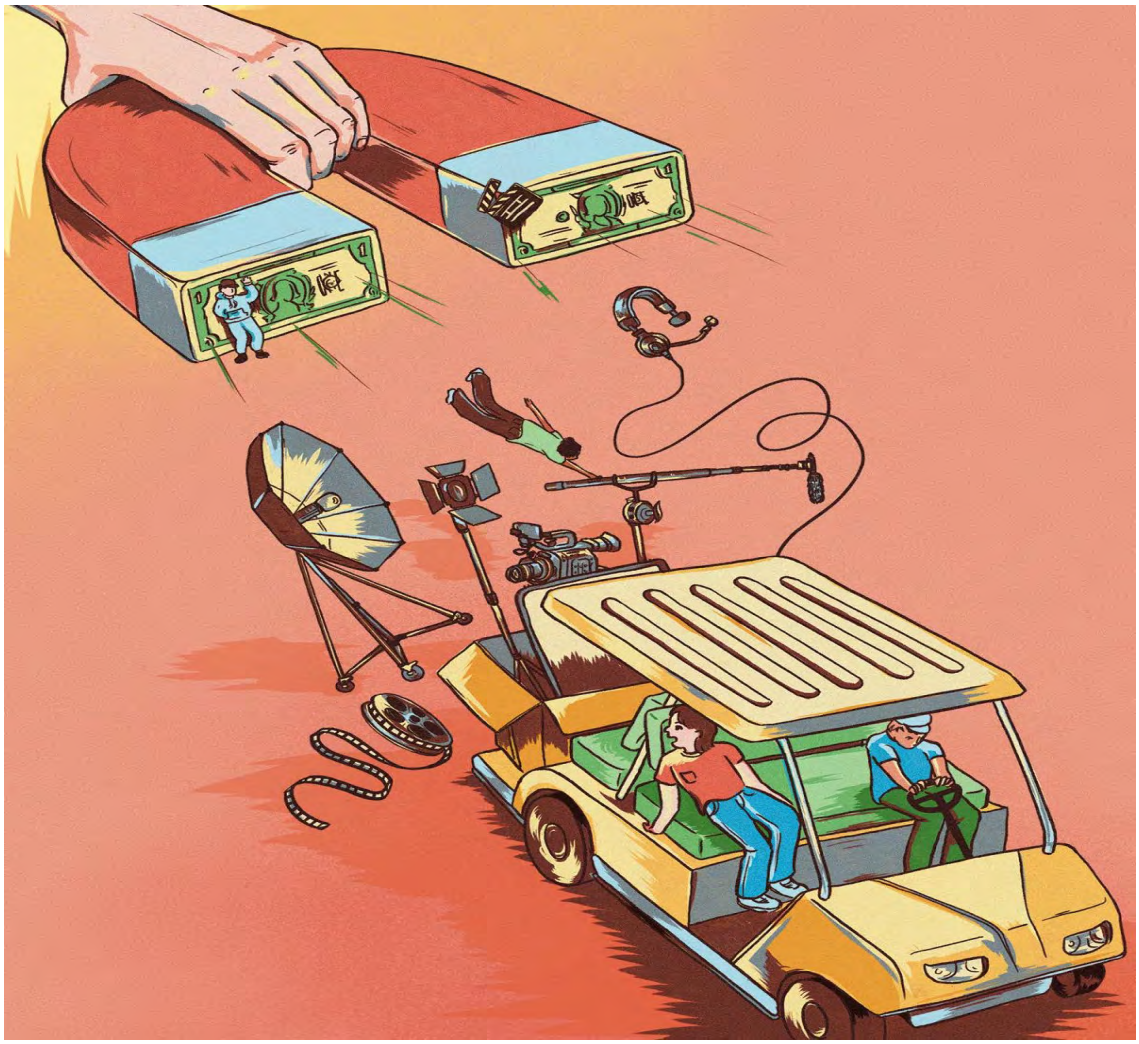
It was only last month that Disney publicly announced a plan to produce fewer live-action features based on its animated classics. After this weekend, however, things are looking better than ever for next year's Rock-produced, Lin-Manuel Miranda–soundtracked live-action redo of an animated movie that only came out nine years ago: Moana. After that? Who knows how far they'll go.

VARIETY

May 28, 2025 9:30am PT

California Is Doubling Its Film Incentive, but It May Be Too Late to Stop Runaway Production

By **Gene Maddaus**



"Mad Men" was set in 1960s New York, but it was mostly filmed at a studio just west of downtown Los Angeles. Sienna DeGovia was one of hundreds of people who worked on the show. Someone needed to re-create the food of that era, like savory Jell-Os and the carrots cut into one-inch cubes that used to be served on airplanes, and that's what she does — she's a food stylist. She started as an assistant 25 years ago and after learning the craft, became a lead stylist.

Los Angeles is full of weird jobs like that — or at least it used to be. But content production peaked in 2022, and the world's entertainment capital has since been battered by a global contraction.

"The beginning of 2024, everything fell off a cliff," DeGovia says. "I called all my old mentors and begged to be taken on as an assistant. I never had to do that in 20 years."

The lack of work in Hollywood has renewed age-old calls for government intervention. Her father, Jack DeGovia, was a production designer who worked on "Die Hard" and "Speed." In response to a downturn in 1999, he organized the Film and Television Action Committee, which took aim at "runaway production," particularly the then-new phenomenon of shooting American films in Canada because it was cheaper.

"They were taking the bread out of our mouths and attacking our families," says DeGovia, now 84. "They were making believe they were America. They're not; they're Canada. We were willing to play hardball with these guys."

DeGovia led rallies in L.A. and Sacramento, where crews chanted "Film American!" and demanded a state tax incentive to match Canadian subsidies. That effort fizzled out. But a generation later, California has a production tax credit and is poised to double it in response to foreign incentives.

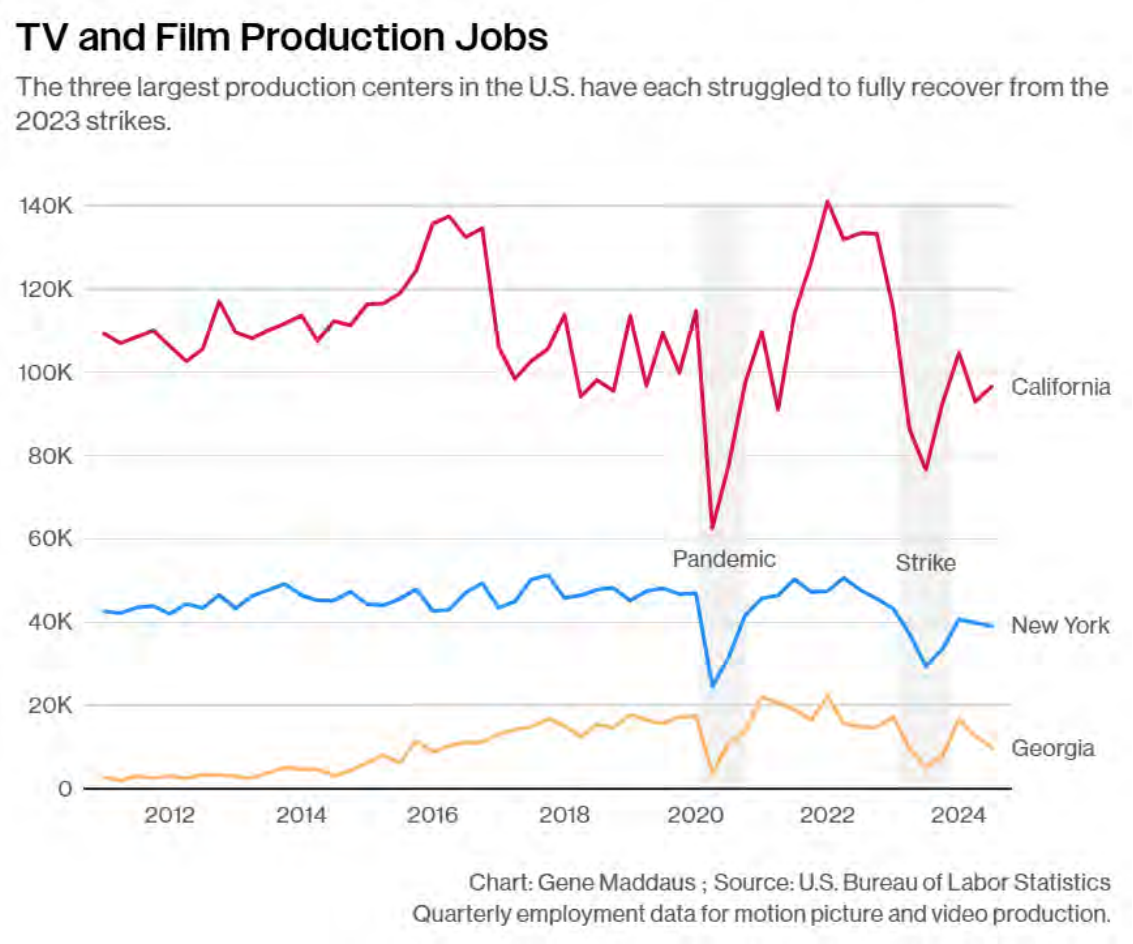


Governor Gavin Newsom unveils an expansion of California's film and TV tax credit program in October 2024.

"We have to be more competitive," Gov. Gavin Newsom said on May 14, noting that the business is on "life support."

That may not be enough. Doubling the program should generate 4,000 to 5,000 jobs, according to state estimates. But in the past two years, California has lost 40,000 production jobs, according to the Bureau of Labor Statistics.

"Trying to be competitive, or close to competitive, is going to require not only a state effort but some sort of federal incentive," says film producer Chris Bender, noting that at least 70 countries have a national subsidy. Jon Voight, a "special ambassador" appointed by President Trump, has pitched a national incentive as part of a plan to save Hollywood.

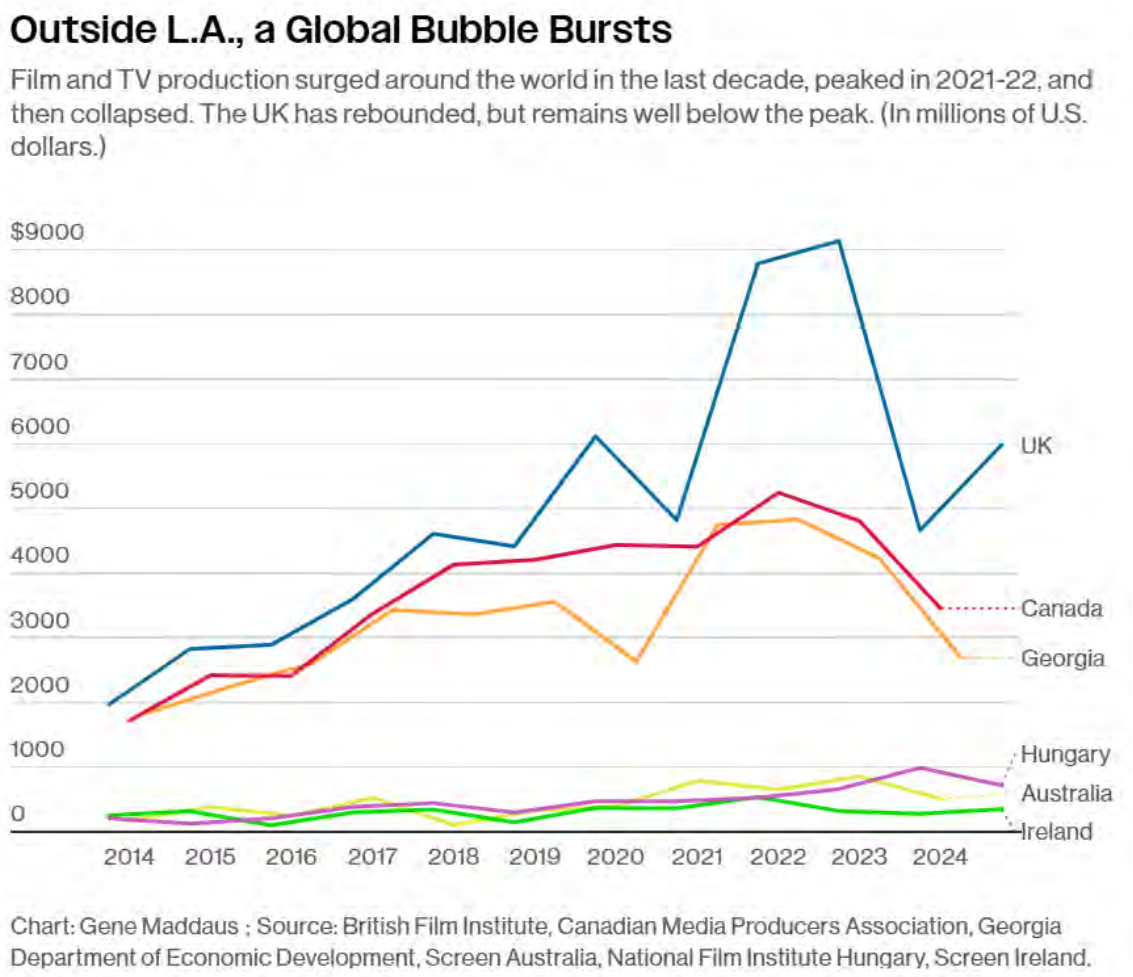


The industry has been dreaming about that idea for generations. Ronald Reagan backed a federal tax break to counter runaway production when he was governor of California in 1970. Twenty years before that, as president of the Screen Actors Guild, he lobbied President Truman on the issue.

"Runaway production is not new," says Russell Hollander, national executive director of the Directors Guild of America. "What is different now is that we are experiencing a tremendous global contraction in film and television production."

According to DGA data, every major production center — California, New York, Georgia, Canada and London — has seen a downturn in the past couple years. But it's been more severe in the U.S. than overseas.

"Under these circumstances, every job that leaves the United States to chase foreign tax incentives takes on added significance," Hollander says. "Recapturing that work has to become an even more important priority."



In Canada, production subsidies are a matter of cultural sovereignty. Without them, Canadian movie theaters and TV screens would be overwhelmed by American content.

"We want to see ourselves reflected on our airwaves, as does every other country," says Norm Bolen, former president of the Canadian Media Producers Association. Bolen is skeptical that the U.S. needs a federal subsidy. "From a Canadian perspective, that's absurd," he says. "Hollywood dominates everywhere. What's the deficiency that needs to be addressed?"

He also disputes the idea that Canada offering subsidies to international producers caused a loss of U.S. jobs. "They weren't really taking jobs away from Americans," he says. "They were providing financial resources that allowed these productions to be made. They wouldn't have been made at all."

In 1986, Stephen J. Cannell was producing an L.A.-based action show for NBC called "Stingray." Facing declining network fees, he hit on the idea of saving money by filming in Canada.

“We didn’t have much choice,” says Michael Dubelko, who was president of Cannell’s company. “We were a small company. We did it for survival.”

The company ended up in Vancouver, which had almost no production industry at the time. Cannell turned a former distillery into a TV factory, churning out “21 Jump Street,” “Wiseguy,” “The Commish” and other shows.

“We didn’t know what we were doing when we started,” Dubelko says. “It was crazy.”

In his view, filming on location in Los Angeles had simply become too expensive. Homeowners would demand $5,000 or $10,000 to rent their house for a day. Once the crew got there, a neighbor would fire up the lawnmower and demand to be paid to turn it off.

“We go to Vancouver, and they’d say, ‘Come on in and shoot for free,’” he recalls. “We weren’t being ripped off all the time.”

And with a favorable exchange rate, Dubelko estimates they saved at least $100,000 an episode — or more than $2 million a season. Of course, leaving L.A. behind created some

But soon, others followed.



Producer Stephen J. Cannell at his production offices at Paramount Studios in 1983.

The British Columbia film industry now employs thousands of people. Dubelko remembers being in Vancouver with Cannell a few years before he died. “We were going down the street, and people were stopping us, saying, ‘Oh my God, we’re in the business because of you,’” Dubelko says.

“It was not one or two. Maybe 20 people came up to us and told us how grateful they were to him. He was really the one that pushed all this stuff. He was really a visionary.”

Lately, though, Vancouver has been hit hard by the contraction. According to the local crew union, only 25% of its members are working.

“We have been dead,” says Tonya Hartz, who has worked as a location scout in Vancouver for 28 years. “Production levels have been incredibly slow in 2025.”

Hartz knows people who have lost houses and are struggling to afford groceries.

Trump’s threat to impose a 100% tariff on foreign-made films, coming on top of blanket tariffs on Canadian goods and threats of annexation, has added to the strain.

“You can imagine the panic that rippled through our membership,” says Crystal Braunwarth, business representative of IATSE Local 891 in Vancouver, who fielded at least 50 calls after Trump’s threat.

While a movie tariff would probably be unworkable, some worry that U.S. producers may nevertheless shy away from filming abroad, exacerbating the downturn.

“This is a global industry,” says Spencer Chandra Herbert, B.C.’s minister of tourism, arts, culture and sport. “Trying to shut the door on it being a global industry misunderstands how the industry works.”

Canadian-based Gary Lam, an editor whose credits include “District 9” and “Terminator: Dark Fate,” says it’s not a zero-sum situation. “If it’s slow in Hollywood, it’s slow here,” he says. “We want Hollywood to be busy. When they get so busy they have trouble finding crew, that’s when we tend to get the call.”

Several in the Vancouver industry agree that the business moves in cycles, and they expect the slow period will not last forever. Lam says it’s also up to local governments to do what they can to help. “I do think that tax breaks and government support are the way to go,” he says.

So does the B.C. government, which recently increased its production incentive. “We’ve made this a priority,” Chandra Herbert says. “We’re responding to the same thing everyone else is. The major studios have reduced how much they’re spending. It’s been very hard on our workers.”

Dubelko isn’t convinced that a U.S. incentive is a great idea. When he was making TV, there were about 50 shows on the air. They would get Nielsen reports, and they all fit on one page. Now there are 500. “All this production that currently exists couldn’t have been done in one city or one state,” he says. “The business became very mobile in the mid-’80s. It was a very natural evolution that it would start being done outside Los Angeles.”

“How do you get that business back?” he says. “I don’t know. I don’t see how that happens.”

20minutos

Alice Campello relata el episodio más duro de Morata luchando con su salud mental: "Hubo un día que explotó, le vi peor que nunca"

20minutos NOTICIA28.05.2025 - 10:07h



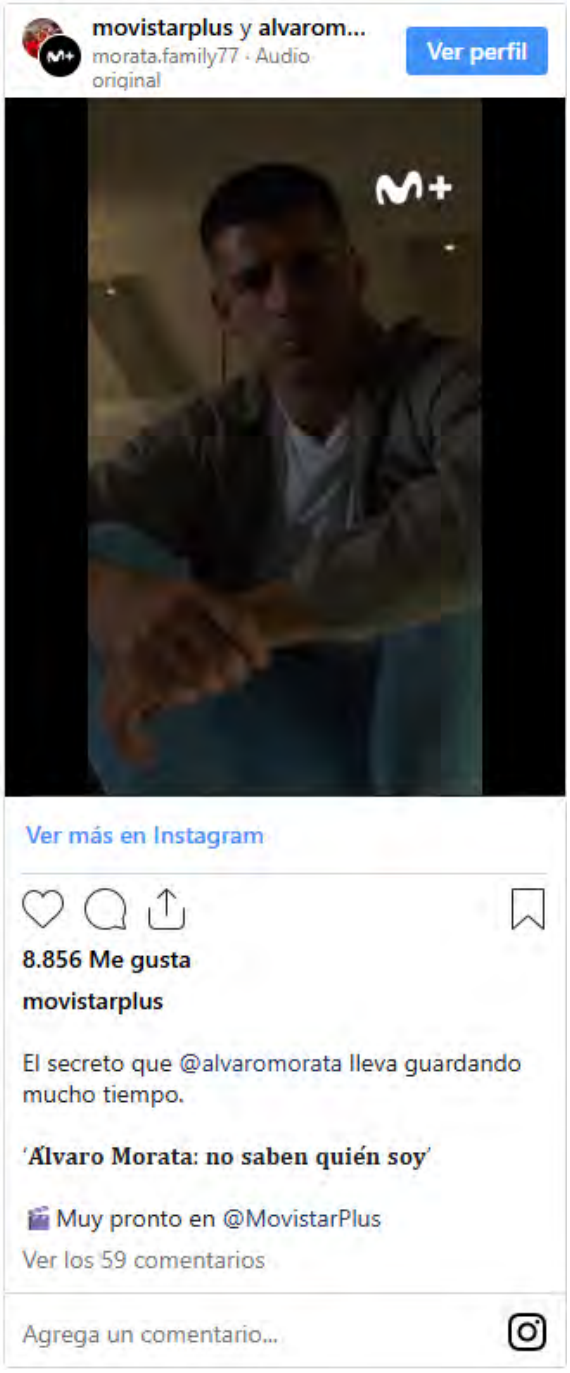
Alice Campello y Álvaro Morata posando en un 'photocall'.Europa Press

Álvaro Morata ha contado en varias ocasiones que, pese a ser una estrella del fútbol a nivel internacional, lo ha pasado muy mal por un tema de salud mental. El futbolista llegó a ponerse en manos de especialistas para tratar sus problemas de depresión y ansiedad.

Sin embargo, Alice Campello, su esposa, nunca se había pronunciado al respecto. Por primera vez, gracias al documental Morata: no saben quién soy, que se estrenará próximamente en Movistar Plus+, la influencer ha narrado algunos de los episodios más duros que ha vivido junto al capitán de la Selección Española.

"No podía más. Hubo un día que explotó. Le vi peor que nunca", ha confesado la italiana. En lo poco que se ha podido ver hasta el momento, en el adelanto emitido en televisión, Alice anima a Álvaro en uno de sus momentos más bajos: "Tienes que entrar en el campo y acordarte de ese niño que eras y el sueño que tú tenías".

La creadora de contenido, que cuenta con más de tres millones de seguidores en Instagram, tiene cuatro hijos en común con el deportista internacional: los gemelos Alessandro y Leonardo (6), Edoardo (4) y Bella (2). Uno de los momentos más complicados que tuvieron que afrontar como familia fue la siguiente confesión de Morata: "No soy capaz de mirar a mis hijos a los ojos, me da vergüenza".



La modelo e influencer no es la única que relata cómo vivió desde casa el oscuro capítulo de la vida de su marido, Susana Martín, madre del madrileño, también aparece en el mencionado documental y abre su corazón.

"Cogí el teléfono y le dije a mi mujer, a mis amigos y a mi familia, a mis entrenadores y a mis compañeros que no estaba bien, que tenía un problema muy grave y que no era capaz de comunicar", ha confesado el futbolista sobre el día en el que decidió pedir ayuda. "Puedes tener todas las cosas bonitas del mundo, pero hay una parte de la cabeza que no controlas", ha concluido.

elEconomista.es

GENTE

Alice Campello habla como nunca sobre la depresión que hundió a Álvaro Morata: "No podía más y un día explotó"



Informalia 21:37 - 27/05/2025

Depresión, ansiedad y ataques de pánico. El futbolista atravesó un auténtico infierno debido a unos problemas mentales que le obligaron a abandonar temporalmente los campos de juego y ponerse en manos de profesionales. Una época muy complicada que le generó graves problemas con su mujer, Alice Campello, de la que llegó a separarse. Ahora, la influencer (que se recupera de una intervención quirúrgica a la que se sometió en Nueva York) rompe su silencio en el documental Morata: no saben quién soy (próximamente en Movistar+) y habla por primera vez sobre la etapa más oscura del capitán de La Roja: "No podía más. Hubo un día que explotó. Le vi peor que nunca".

Fueron meses muy complicados en los que la modelo italiana se convirtió en el principal apoyo del futbolista, que rompía a llorar cada vez que tenía que ponerse las botas: "Yo le animaba, le decía 'Tienes que entrar en el campo y acordarte de ese niño que eras y el sueño que tú tenías", ha desvelado. Ella fue la primera en enterarse de lo que sufría Morata: "No podía más y cogí el teléfono y le dije a mi mujer, a mis amigos y a mi familia, a mis entrenadores y a compañeros, que no estaba bien, que tenía un problema muy grave y que no era capaz de continuar", confiesa él mismo en el documental. "No sabía el porqué de las cosas. Pasé de estar en el agujero más negro que puede haber a levantar la Eurocopa gracias mi familia, a mi mujer, a mis compañeros y a la ayuda de los profesionales".



Morata asegura que ha dado este paso para ayudar a otros en su misma situación: "Espero que pueda ayudar a todas las personas que puedan pasar por momentos así, para que hablen de sus problemas y no tengan miedo. Hay una parte de nuestras vidas que no se ve, hay problemas en la vida de cualquier persona, a veces no sabes ni por qué. Puedes tener todas la cosas bonitas del mundo, pero hay una parte de la cabeza que no controlas". Y destaca, además, que el apoyo de familiares y amigos es fundamental en la recuperación: "Tuve mucha suerte de haber abierto la puerta del despacho del Cholo" y encontrarse a "una persona a la que no le importaba el momento, ni la situación ni nada de nada, solo ayudar. Con De la Fuente igual. Y tuve también la suerte de llamar a Iniesta y a Bojan y que se preocuparan de mí cada día en este periodo".

Hay que recordar que Morata y Campello anunciaron su separación el pasado mes de agosto. Padres de cuatro hijos (Alessandro, Leonardo, Edoardo y Bella) aseguraron que los problemas de salud mental del futbolista junto con una depresión postparto de la modelo dañaron severamente la relación. El amor, sin embargo, se mantuvo intacto y se reconciliaron en enero: "Separarnos fue un gran error", dijeron. Ahora viven esta segunda oportunidad con madurez y muchas ganas de volver a ser felices en Turquía, tras el fichaje del deportista con el Galatasaray.

ABC Play

ABC CULTURAL

Jacob Elordi: «Hoy se produce mucho contenido sin sentido, pero 'El camino estrecho' es algo importante»

El actor estrena una nueva serie donde se pone en la piel de un joven médico, que terminó siendo prisionero durante la Segunda Guerra Mundial para la construcción del 'Ferrocarril de la muerte'



Jacob Elordi, protagonista de 'El camino estrecho' // Movistar Plus+

IVANNIA SALAZAR
Corresponsal en Londres



28/05/2025
Actualizado 29/05/2025 a las 00:03h.

El próximo 28 de mayo, Movistar Plus+ estrena en España 'El camino estrecho', una miniserie que adapta la novela 'The Narrow Road to the Deep North' del australiano Richard Flanagan, ganadora del Premio Booker en el 2014. Dirigida por Justin Kurzel, amigo del escritor, y protagonizada por Jacob Elordi y Odessa Young, reconstruye una de las experiencias más brutales de la Segunda Guerra Mundial: la construcción del Ferrocarril de la Muerte, una línea férrea entre Tailandia y Birmania en la que murieron más de 100.000 personas, entre prisioneros de guerra y trabajadores forzados, estos últimos principalmente civiles asiáticos.

La historia, sin embargo, no se limita a una reconstrucción belica, como subraya Kurzel en conversación con ABC junto a Elordi: «yo ya era un gran admirador del libro y quería contar una historia de amor. No lo había hecho antes y esta me pareció realmente auténtica, única, nada impostada. No me resultaba ajena». La novela de Flanagan, basada en las vivencias de su propio padre como prisionero del ejército imperial japonés, combina el relato histórico con una dimensión profundamente íntima: la de un hombre dividida entre la supervivencia física y la persistencia emocional de un amor imposible.



Ese hombre es Dorrigo Evans, médico australiano interpretado por Jacob Elordi en su juventud y por Ciarán Hinds en su madurez. Capturado en 1943 por las tropas japonesas, Dorrigo es enviado junto a cientos de compañeros al sudeste asiático, donde deberá enfrentarse a la brutalidad de los trabajos forzados, la enfermedad, la

humillación y la pérdida. Pero es el recuerdo de Amy, la esposa de su tío y con quien vivió un amor tan fugaz como devastador, lo que lo atormenta, mientras al mismo tiempo lo acompaña y lo sostiene.

«Temía un poco filmar las escenas de los prisioneros de guerra. Hubo momentos que fueron realmente duros. Pero en realidad, fue algo muy íntimo y hermoso estar rodeado de estos hombres que habían perdido peso y que de verdad se ayudaban y apoyaban mutuamente durante la preparación para adelgazar para la película. Fue un momento muy hermoso en el set, tan íntimo y bello como filmar la historia de amor», confiesa Elordi, aludiendo a la tremenda exigencia física y emocional del rodaje. Lejos del dramatismo superficial y verbal, la serie opta por una aproximación contenida, construida a base de miradas, silencios y gestos mínimos. «La intimidad era increíblemente importante para mí cuando llegué al proyecto», explica el actor, quien destaca que tanto él como Kurzel trabajaron «durante los ensayos ya lo largo del rodaje para que el personaje fuera lo más silencioso, auténtico y veraz posible».

Uno de los aspectos más singulares del proyecto radica en la coexistencia de dos actores para un mismo personaje en distintas etapas vitales. Sorprendentemente, Elordi y Hinds apenas coincidieron durante la producción. «Nos conocimos una vez, cuando ya habíamos comenzado a filmar. No hablamos del personaje ni planeamos nada», revela Elordi, quien atribuye la coherencia entre ambos a la sensibilidad de Kurzel como director: «No se trataba de encontrar a alguien que se pareciera esencialmente a mí, sino de encontrar algo en el alma de Ciarán, en su esencia, que compartimos. Eso es mérito de Justin».

Kurzel, por su parte, defiende esa intuición actoral por encima de cualquier ejercicio de coordinación forzada: «Creo que ambos tienen una enorme presencia cinematográfica, una dignidad que reconocí de inmediato. No quería que intentaran construir juntos un personaje, porque eso habría derivado en una imitación. Prefiero confiar en el instinto de cada uno, en lo que cada actor puede encontrar de sí mismo en el papel».

'El camino estrecho' se distancia del arquetipo del héroe de guerra; en lugar de eso, indaga en la construcción de la masculinidad en condiciones extremas, donde el compañerismo y el humor funcionan como mecanismos de resistencia. «Desde los ensayos fue así, si pones a diez tipos juntos en una sala, a los diez minutos ya hay una broma pasada de tono, y todos se comportan como niños otra vez. Siempre hay ese juego, esa ligereza. Esa es la belleza de la camaradería», recuerda Elordi, que subraya el carácter único de la amistad masculina australiana. «En todas mis investigaciones sobre el ferrocarril de Tailandia-Birmania, todos mencionaban cómo los australianos no paraban de reír, aunque estuvieran demacrados o hubieran perdido a sus compañeros. Siempre había luz en la oscuridad. Y eso también se sentía en el set».



Esa dimensión lúdica de la masculinidad, lejos de desvirtuar la gravedad de lo narrado, se convierte en una forma de resistencia psicológica frente al horror. Así, la serie muestra cómo los hombres, incluso rodeados por la muerte, conservan gestos infantiles: cantan, bromean, se protegen unos a otros. «Por muy pesado que fuera de la escena, siempre podíamos mirarnos y echarnos a reír, por la propia naturaleza del vínculo que habíamos creado».

Al preguntársele por qué, en un mundo actualmente saturado de conflictos reales, los espectadores siguen sucumbiendo a las historias de guerra y amor en la ficción, Kurzel responde que «creo que simplemente nos gusta sentirnos amados y amar. Nos hace felices, nos hace sentirnos vivos y humanos. Es lo que más valoramos como seres humanos. Las historias de amor nos conectan de una manera que otros géneros no pueden».

Sombras y violencia

Kurzel, que ya había abordado historias densas como 'Nitram', inspirada en la masacre de Port Arthur, Australia, de 1996, en la que un joven mató a 35 personas, señala que «necesitamos entender por qué hacemos las cosas que hacemos. El arte, el cine y la literatura nos permiten explorar las sombras, la violencia y sus repercusiones. A veces hay que mirar al pasado para entender el presente y decidir el futuro que queremos», reflexiona el director, que también incide en la dimensión emocional de su obra: «Fue muy conmovedor hacerla, incluso en la sala de montaje. Las actuaciones, los sacrificios, la verdad de este capítulo de nuestra historia... todo eso me emocionó».

Con guion de Shaun Grant y una dirección que apuesta por lo poético por encima de lo espectacular, la serie se sitúa en la estela de los grandes dramas históricos desde una óptica profundamente humana, donde no hay épica en el sufrimiento, sino una mirada serena, a veces insoportablemente bella, sobre la fragilidad, el amor y la memoria. Y no propone respuestas fáciles ni se refugia en la nostalgia. Su final, deliberadamente ambiguo, deja a la audiencia enfrentada a una pregunta fundamental: ¿Cómo seguir viviendo después de haber visto de cerca el abismo? «Mi esperanza», concluye Elordi, «es que los espectadores salgan satisfechos de haber vivido una experiencia audiovisual honesta. Hoy se produce mucho contenido sin sentido, yo quiero que el público se sienta respetado, que se conmueva profundamente. Esto no es solo televisión. Es algo importante».

La Opinión A Coruña

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 722 €
ÁREA: 162 CM² - 39%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2548
OTS: 14000
SECCIÓN: TELEVISION

29 Mayo, 2025



‘El camino estrecho’: Jacob Elordi lidera una serie sobre guerra y pasión

El actor de ‘Euphoria’ protagonizará la nueva miniserie de la plataforma MovistarPlus + del director Justin Kurzel, uno de los títulos televisivos con mejores reseñas del año

JUAN MANUEL FREIRE

Ya empezando por su debut largo *Los asesinos de Snowtown*, el cineasta Justin Kurzel ha dedicado buena parte de su carrera a explorar episodios traumáticos de la historia de su Australia natal. Su citada película revelación de 2011 giraba en torno al mayor caso de asesinatos en serie que ha vivido el país. Diez años después estrenaba *Nitram*, sobre los hechos que desembocaron en el tiroteo masivo ocurrido en 1996 en la prisión colonial de Port Arthur.

En la miniserie *El camino estrecho* (Movistar Plus+, desde el próximo miércoles 28 de mayo) toma como punto de partida el libro de Richard Flanagan para recordar a los miles de prisioneros de guerra australianos que, entre octubre de 1942 y octubre de 1953, perdieron la vida construyendo el llamado Ferrocarril de la Muerte, que unía Tailandia con Myanmar.



Fotograma de la serie.

El proyecto estuvo en el aire cinco o seis años hasta que Jacob Elordi (*Euphoria*), nacido en Brisbane, se interesó en protagonizarlo. Encarna la versión joven de un personaje hundido en la reflexión, en este caso el cirujano y héroe de guerra encarnado por el siempre fiable Ciarán Hinds.

Tránsito entre tiempos

Seguimos a Dorrigo Evans en tres líneas temporales que se entrelazan e incluso solapan de forma sugerente. En la primera es un joven estudiante de medicina que se está preparando para ir a la guerra. Tiene una novia de buena familia, Ella (Olivia DeJonge), a la que pide matrimonio un poco por insistencia de ella. Al mismo tiempo, empieza a acercarse peligrosamente a Amy Mulvaney (Odessa Young), la conocida por muchos como mujer demasiado joven de su tío Keith (Simon Baker). Una noche beben demasiado y se dan un abrazo demasiado intenso. Con ello, todo cambia.

En la segunda, Dorrigo es prisionero de guerra de los japoneses. «Recuperad vuestro honor construyendo la vía férrea», dice a su grupo el comandante interpretado por Shô Kasamatsu, carismático joven yakuza Sato de Tokyo vice. Un hombre férreo, pero contrariado por las órdenes de usar métodos expeditivos. Estamos lejos de la visión casi romántica de la construcción del Ferrocarril de Birmania que David Lean propuso en *El puente sobre el río Kwai*. Esto es horror, hedor, fango, tortura e incluso decapitación. Durante esos días extraños, el recuerdo de Amy sostiene con vida a Dorrigo.

En la tercera, ya interpretado por Hinds, Evans es un respetado cirujano con grandes capacidades como orador, pero sin excesivo don de gentes. Le vemos siendo descortés con una periodista que le entrevista sobre su experiencia como prisionero de guerra tras haber servido en Oriente Medio y Asia. También, teniendo una relación extramatrimonial con Lynette Maison (Essie Davis, madre coraje de Babadook y mujer de Kurzel), esposa de un colega de trabajo. «Parece como si lo hubieras hecho antes», le dice a Dorrigo en determinado momento. E intuye bien. El recuerdo sigue ahí como un embrujo cálido.

Una cuestión personal

Para su director, rodar esta historia de amor, trauma y pérdida era una cuestión personal. Según contó a la revista *Variety*, un abuelo suyo fue una rata de Tobruk, uno de aquellos soldados aliados que consiguió defender un puerto libio del asedio nazi durante ocho meses de 1941. «Cuando era pequeño, veía esta especie de niebla de la guerra a su alrededor y cómo afectaba a su compañera e hijos», explicaba. «Mientras que mis hijas de 19 años no lo sienten de forma tan cercana. Lo ven como algo lejano».

Incluso podríamos decir «doblemente personal». Kurzel es buen amigo de Flanagan, quien le propuso adaptar el libro incluso antes de que se publicara, cuando acababa de vender los derechos. No sabemos si por respeto a su abuelo o a su amigo, seguramente a los dos, el director del Macbeth de 2015 se ha acabado marcando una de sus mejores obras, una serie con el vuelo poético y empuje visceral de sus más destacados trabajos para cine. Es una apuesta por el romanticismo como hacía tiempo que no se veía en una pantalla: fabuloso el final del segundo episodio, cuando Amy se hace sangre en un muslo con una cerca de alambre de espino y Dorrigo se propone hacer cicatrizar la herida con besos.

esdiario

De qué trata ‘El camino estrecho’ la nueva serie australiana que llega a Movistar Plus+

La serie, basada en la exitosa novela de Richard Flanagan,' The Narrow Road to the Deep North', se estrena con seis episodios que prometen una experiencia visual y emocional intensa.



Elena Bellver 28.05.2025

A través de la figura de Dorrigo Evans, un cirujano atrapado en un campo de concentración japonés, durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), 'El camino estrecho 'profundiza en los horrores y los traumas de la guerra. (Imdb).

Breve introducción sobre 'El camino estrecho'

El miércoles 28 de mayo, Movistar Plus+ estrena El camino estrecho (título original: The Narrow Road to the Deep North), una serie australiana de gran carga emocional que adapta la novela homónima de Richard Flanagan, ganadora del Premio Booker en 2014.



La serie, de seis episodios, se presenta como un drama de guerra que explora los horrores de la Segunda Guerra Mundial, centrándose en la vida de Dorrigo Evans, un cirujano australiano que debe enfrentarse a la brutalidad de los campos de prisioneros de guerra japoneses. (IMDb). La serie está dirigida por el aclamado cineasta y guionista Justin Kurzel, conocido por trabajos como Macbeth (2015) y True History of the Kelly Gang (2019).

La producción ha sido llevada a cabo por Hoodlum Entertainment y su guion ha sido adaptado por el propio Flanagan, quien también participa en la producción ejecutiva. La obra promete una inmersión profunda en los traumas emocionales y psicológicos que la guerra deja en sus protagonistas (The Guardian).

De qué trata 'El camino estrecho', (The Narrow Road to the Deep North')



El camino estrecho narra la historia de Dorrigo Evans, un joven cirujano militar australiano que, durante la Segunda Guerra Mundial, se ve obligado a atender a prisioneros de guerra en un campo de concentración japonés en Birmania.

La trama de la serie se mueve entre dos líneas temporales: por un lado, la de Dorrigo joven, quien es atrapado por las fuerzas japonesas durante la guerra, y, por otro, la de su vida décadas después, en los años 80, cuando lucha por lidiar con las secuelas emocionales del sufrimiento que vivió.



Dorrigo Evans el protagonista en los años 80

La serie explora su relación con Amy Mulvaney, la esposa de su tío, quien se convierte en una de las grandes pasiones de su vida, a pesar de las complicaciones y el dolor que este amor acarrea. A través de su narrativa, El camino estrecho pone de manifiesto la lucha interna de un hombre marcado por la guerra, la lealtad, el amor y la culpa, mientras enfrenta las cicatrices físicas y emocionales que esta experiencia le dejó (The Guardian).

La adaptación televisiva se aleja de una simple representación bélica y se adentra en los dilemas éticos y personales que enfrentan los personajes, haciendo hincapié en sus relaciones y en cómo los traumas de la guerra impactan sus vidas posteriores.



Esta mezcla de romance, guerra y drama psicológico otorga a la serie una rica complejidad, donde la psicología de los personajes juega un papel crucial en la trama (Rotten Tomatoes).

Detalles del rodaje de la serie



La serie se rodó en diversas localizaciones de Australia, en escenarios que buscan reflejar la brutalidad de los campos de prisioneros de guerra, pero también la belleza del paisaje australiano.

La producción ha hecho un gran esfuerzo en recrear la atmósfera y los detalles históricos de la época, a través de una ambientación cuidada y un equipo de vestuario y dirección de arte que ha sido clave para ofrecer una experiencia visual realista.



Justin Kurzel, el director, aporta su visión única del sufrimiento humano a través de una narrativa visual intensa que no deja indiferente al espectador.

La serie se filmó con un enfoque que prioriza el realismo y la intensidad emocional, y se inspira en las vivencias personales de Flanagan, cuya propia familia sufrió las secuelas de la guerra. La producción también tuvo que enfrentarse a desafíos logísticos debido a la complejidad de las escenas de acción y la recreación de los campos de prisioneros, que implicaron un trabajo minucioso tanto en cuanto a efectos especiales como a la dirección de actores. (The Guardian).

El equipo de producción ha destacado la importancia de la música, compuesta por el galardonado músico de cine, David Hirschfelder, que complementa perfectamente el tono sombrío y emocional de la serie.

La banda sonora se considera un elemento esencial para profundizar en la conexión emocional de los personajes y su lucha interna.

Personajes de 'El camino estrecho'

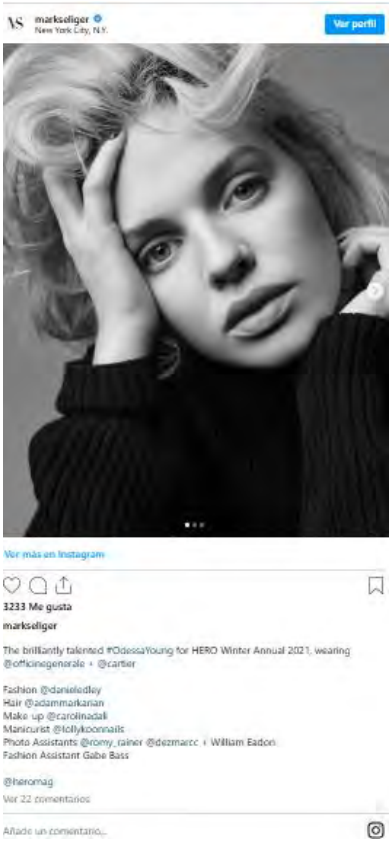
El camino estrecho cuenta con un elenco destacado que da vida a los personajes principales de la historia. Aquí repasamos brevemente a los actores y sus papeles en la serie:



Jacob Elordi es conocido por su papel en la exitosa serie Euphoria, pero en El camino estrecho interpreta a Dorrigo Evans, el protagonista central de la historia.

En su juventud, Evans es un hombre marcado por los horrores de la guerra y, en su adultez, vive atormentado por sus recuerdos y su amor imposible por Amy. Elordi, con su intensidad emocional, logra transmitir las profundas contradicciones del personaje (IMDb).

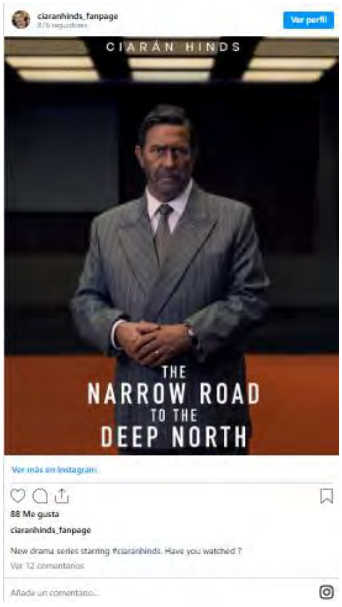
Odessa Young como Amy Mulvaney



Odessa Young interpreta a Amy Mulvaney, el interés amoroso de Dorrigo. En la serie, Amy se convierte en una figura clave en la vida de Evans, representando el amor y la lealtad en medio de su caos interno.

Young es conocida por su papel en The Great, y en El camino estrecho demuestra su capacidad para abordar un personaje con una profunda carga emocional.

Ciarán Hinds como Dorrigo Evans en los años 80



Ciarán Hinds da vida a Dorrigo Evans en su versión adulta, ya en los años 80, donde su personaje enfrenta las secuelas psicológicas de la guerra. Hinds es un actor consagrado, conocido por su trabajo en Game of Thrones y Rome, y su papel en esta serie le permite mostrar su talento para interpretar personajes complejos (Rotten Tomatoes).

Fabian MacCallum como Sheephead Morton



MacCallum interpreta a Sheephead Morton, uno de los prisioneros en el campo de concentración japonés, quien es fundamental para la evolución de Dorrigo. A lo largo de la serie, Morton se enfrenta a su propio dilema moral y su lucha por sobrevivir.

Fabian McCallum es un actor australiano conocido por su papel de Thondir en The Lord of the Rings: The Rings of Power (2022) y como Kayleigh en The Witcher (2023). Además de su carrera televisiva, ha trabajado en teatro, participando en obras como Macbeth, Selfie y The Internet Is Serious Business, y ha sido miembro del National Youth Theatre en Londres.

Caelan McCarthy como Chum Fahey



Fahey, interpretado por Caelan McCarthy, es otro prisionero en el campo que tiene una relación complicada con Dorrigo, en un contexto de tensión y camaradería en el campo de concentración. McCarthy aporta una gran sensibilidad al personaje. Caelan McCarthy debutó en televisión en 2025 con su papel en esta serie.

Eduard Geyl como James 'Jimmy' Bigelow



James ‘Jimmy’ Bigelow, interpretado por Eduard Geyl, es un prisionero que aporta un toque de realismo a la historia con su interpretación de la vida en los campos de concentración.

Eduard Geyl es un actor australiano que ha participado en series como Born to Spy (2021) y Love, Guns & Level Ups (2020). En teatro, ha interpretado a Cyrano en Cyrano de Bergerac y a Reverendo Hale en The Crucible. Destaca por su versatilidad y formación en Screenwise.

Sam Parsonson como Rooster MacNeice



Rooster MacNeice, el personaje de Sam Parsonson, es uno de los soldados australianos atrapados en la prisión japonesa, quien tiene un papel de apoyo en la evolución del personaje principal.

Sam Parsonson es un actor australiano con una carrera destacada en cine y televisión, ha participado en producciones como Hacksaw Ridge (2016), Coffin Rock (2009) y Danger Close: The Battle of Long Tan (2019) .

Reagan Mannix como Bonox Baker



Bonox Baker, interpretado por Reagan Mannix, es un prisionero que atraviesa las adversidades del campo y juega un papel importante en el desarrollo de la trama.

Reagan Mannix es un actor australiano que ha destacado en televisión y cine. En 2022, participó en la serie Black Snow, y en 2024, en la adaptación de la novela Boy Swallows.

Thomas Weatherall como Drank 'Darky' Gardiner



Thomas Weatherall interpreta a Drank 'Darky' Gardiner, otro personaje prisionero que contribuye a la narrativa general de la serie, mostrando las relaciones entre los personajes en medio de la barbarie.

Thomas Weatherall es un actor australiano conocido por su papel de Malakai Mitchell en la serie Heartbreak High (2022), donde interpreta a un joven indígena que explora su identidad sexual.

Además, ha participado en RFDS (2021–2023) como Darren Yates y en Troppo (2022) como Charlie. En teatro, escribió e interpretó la obra Blue, que aborda temas de duelo y masculinidad. En 2022, recibió el AACTA Award como Mejor Actor Secundario por su actuación en Heartbreak High .

Heather Mitchell como Ella Evans



Ella Evans, interpretada por Heather Mitchell, es la esposa de Dorrigo en los años 80. Su personaje aporta la perspectiva externa al sufrimiento de Dorrigo y su tormento interior.

Heather Mitchell es una actriz australiana reconocida por su versatilidad en cine, televisión y teatro. Es especialmente conocida por su papel de Ashka en la serie Spellbinder (1995). En televisión, ha participado en Love Me (2021), The Unusual Suspects (2021).

En teatro, interpretó a Ruth Bader Ginsburg en RBG: Of Many, One (2022–2025). Mitchell ha sido galardonada con el Silver Logie Award a la Mejor Actriz Secundaria en 2022 por su papel en Love Me .

Estreno de 'El camino estrecho'

La serie 'El camino estrecho' se estrena en Movistar Plus+ el 28 de mayo de 2025, con seis episodios disponibles para su visualización. Esta adaptación televisiva de la novela de Richard Flanagan promete ser una de las grandes apuestas del año para los amantes del drama bélico y psicológico.

En conclusión, 'El camino estrecho' se presenta como una serie poderosa y emotiva, que no solo habla sobre la guerra, sino también sobre las cicatrices invisibles que deja en las personas.



Con un elenco talentoso, una dirección excepcional y una historia profundamente humana, esta serie de seis episodios promete captar a los espectadores que buscan una reflexión profunda sobre los efectos de la guerra en los individuos.Si te ha gustado el artículo compártelo en tus redes sociales y déjanos un comentario con tu opinión.

¡HOLA!

PAÍS: España
PÁGINAS: 78
AVE: 4505 €
ÁREA: 23 CM² - 17%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 227120
OTS: 1628000
SECCIÓN: MAGAZINE

4 Junio, 2025



ESTRENOS DE LA SEMANA



EL CAMINO ESTRECHO

Drama romántico y bélico

Año 1943, 2ª Guerra Mundial, frente del Pacífico. Dorrigo Evans, oficial médico australiano, es capturado por los japoneses como prisionero de guerra y, mientras intenta conservar la vida, recuerda atormentado una aventura con la mujer de su tío. Protagonizada por Jacob Elordi, nuestro nuevo galán.

LA VEREMOS PORQUE... Tiene un aire a película clásica que nos atrae.

DÓNDE VERLA (28/05): Movistar+



THE BETTER SISTER

Intriga

Chloe y Nicky son dos hermanas con vidas muy diferentes. Cuando el marido de Chloe es asesinado, salen a la luz secretos familiares, sacudiendo su mundo. Basada en un *best-seller*, está interpretada en sus papeles principales por Jessica Biel (*Candy: Asesinato en Texas, The Sinner*) y Elizabeth Banks (*Los juegos del hambre*).

LA VEREMOS PORQUE... Es un *thriller* lleno de giros de guion.

DÓNDE VERLA (28/05): Prime Video

78

CincoDías

Smartlife EN COLABORACIÓN CON adslzone

SMART TV>

Estrenos que llegan a Movistar Plus+ en junio del 2025: Bitelchús y todas las películas y series

También llama la atención que se puede ver la película Cónclave



Película Bitelchús, Bitelchús

Movistar Plus+

Iván Martín Barbero 28 MAY 2025

Una de las plataformas de vídeo en streaming que más estrenos suele ofrecer mensualmente es Movistar Plus+. Pues bien, se ha conocido lo que, por el momento, tiene programado para el mes de junio del 2025 y, como vas a comprobar, el servicio de Telefónica no te va a defraudar.

Para comenzar, una película: la comedia Bitelchús, Bitelchús que se puede ver desde el día 6 de junio en el servicio de vídeo en streaming. Tras una pérdida repentina que sacude los cimientos de la familia Deetz, tres generaciones deciden regresar a Winter River, el pequeño y enigmático pueblo que marcó sus vidas años atrás. Lydia, ahora adulta y madre, continúa cargando con el peso de las experiencias sobrenaturales que vivió en su juventud. A pesar del tiempo transcurrido, no ha logrado liberarse por completo de la sombra de Bitelchús, cuya presencia aún la inquieta. Su hija Astrid -una adolescente con espíritu rebelde y una insaciable curiosidad- explora la antigua casa familiar y tropieza con una misteriosa maqueta de la ciudad escondida en el

desván donde activa un portal hacia el Más Allá, despertando fuerzas que nunca debieron ser perturbadas.



Lo que comienza como una curiosidad inocente pronto se convierte en una amenaza que desborda los límites de ambos mundos. La barrera entre los vivos y los muertos se debilita, y las consecuencias empiezan a hacerse sentir con rapidez. Mientras la familia lucha por entender lo que ocurre y contener el caos, todo se precipita cuando alguien, sin saber lo que desata, pronuncia tres veces el nombre prohibido. Bitelchús, el irreverente y caótico demonio, regresa dispuesto a imponer sus propias reglas y a convertir el orden en un recuerdo lejano. Su vuelta no solo revive antiguos temores, sino que pone en juego el destino de todos los que habitan, o alguna vez habitaron, Winter River.

Entre las series de estreno que llegan a Movistar Plus+, la que creemos que más llama la atención es la llegada de Miss Austen desde el 11 de junio. Cassandra Austen, hermana de la célebre Jane Austen, ha sido durante mucho tiempo una figura discreta en la historia literaria, pero su papel fue crucial en la construcción -y en parte, la ocultación- del legado de la autora. En la serie basada en la novela Miss Austen de Gill Hornby, se retrata a una Cassandra ya mayor que, en 1830, viaja a visitar a su amiga Isabella (Rose Leslie), con la aparente intención de apoyarla en un momento difícil. Sin embargo, su verdadero objetivo es recuperar y destruir cartas privadas escritas por Jane. A través de flashbacks, la historia explora la profunda relación entre ambas hermanas y revela los dilemas que llevaron a la protagonista a tomar decisiones difíciles respecto a la correspondencia.



Serie Miss Austen

Movistar Plus+

El misterio de esas cartas perdidas despierta preguntas que aún hoy resuenan: ¿qué quiso proteger Cassandra? ¿A su hermana, a su familia o a una imagen pública cuidadosamente construida? La serie sugiere que la quema de esas cartas no fue un simple acto de censura, sino una forma de resguardar la intimidad y humanidad de Jane frente al escrutinio futuro. Con ello, la protagonista no solo preservó lo que consideró esencial, sino que también moldeó, a su manera, el legado de una de las escritoras más influyentes de la literatura inglesa.

El resto de los estrenos en junio de 2025 en Movistar Plus+

Te mostramos las opciones que son estrenos en esta plataforma donde, como es habitual, el número de películas es mucho mayor:

Series

Los sin nombre: estreno de la temporada el 26 de junio



Películas

- Harold y el lápiz mágico: estreno el 1 de junio
- Oddity: estreno el 2 de junio
- Sujo: estreno el 3 de junio
- The Convert: estreno el 4 de junio
- Trolls 3: Todos juntos: estreno el 5 de junio
- Second Act: estreno el 8 de junio
- Fuerza bruta: Castigo: estreno el 8 de junio
- El buen italiano: estreno el 10 de junio
- Fuera de la ley: estreno el 11 de junio
- Fly Me to the Moon: estreno el 12 de junio
- Joker: Folie à Deux: estreno el 13 de junio



- En islas extremas: estreno el 14 de junio
- El médico de Viena: estreno el 16 de junio
- Problemas de familia: estreno el 17 de junio
- Fin de fiesta: estreno el 18 de junio
- Five Nights at Freddy's: estreno el 19 de junio
- Jurado Nº2: estreno el 20 de junio
- Birth/Rebirth: estreno el 21 de junio
- Amor a lo bestia: estreno el 23 de junio
- Adult Best Friends: estreno el 24 de junio
- Winner: estreno el 25 de junio
- Cónclave: estreno el 26 de junio
- Daniela Forever: estreno el 28 de junio
- Destino: Titán: estreno el 30 de junio

Movistar Plus+ anuncia las grandes películas y el mejor cine exclusivo que no han pasado por el cine para junio

Daniel Caballero Publicado el 27 de mayo, 2025



¿Eres cliente de Movistar Plus+? Entonces seguro que estás esperando con muchas ganas los próximos estrenos que llegarán a lo largo del próximo mes al catálogo de la televisión del operador azul. Vete preparando las palomitas porque tienes un amplio repertorio de increíbles películas para el mes que viene.

Como cada mes, los abonados a Movistar Plus+ reciben una oleada de estrenos. En esta ocasión, es el turno del mejor cine, tanto los mejores títulos de Hollywood como aquellas películas que se estrenan de forma directa -no han pasado por las salas de cine-. Por tanto, es hora de que conozcas todo lo que te espera durante junio. Además de que si te suscribes con el plan anual, te regalan dos meses de Movistar Plus+.

Los estrenos más top

Hay varios títulos sobre la mesa que no hay duda de que te enamorarán. Y es que la televisión de Movistar estrena varias pelis de gran nivel que son muy conocidas mundialmente. Una de ellas, por ejemplo, estará disponible desde el viernes 6 de junio, y se trata de una secuela que continúa la historia de Tim Burton de 1988: 'BITELCHÚS, BITELCHÚS'. Después de más de 30 años, Bitelchús regresa a la gran pantalla y lo hace

de la mejor manera posible. Por lo que es uno de los diferentes estrenos que más te gustarán de Movistar Plus+. Y no es el único.

El viernes 13 llega 'Joker: Folie à Deux'. La nueva película basada en uno de los villanos favoritos de DC, Joker, muestra una vez más la historia tan oscura de este personaje. Además de que Joaquín Phoenix no estará solo, puesto que también está el gran amor del Joker, papel que interpreta Lady Gaga.



Unos días más tarde, justo el 20 de junio, ya podrás ver una de las últimas obras de Clint Eastwood como director, 'Jurado Nº2', un título que enamoró a muchos y que a partir de ese día aterriza en Movistar Plus+. Aunque, una de las grandes perlas para el próximo mes llegará el 27 de junio. Más que nada porque es la fecha en la que aterriza 'Cónclave', la ganadora del Oscar 2025 al mejor guion adaptador. Un thriller que viene en la mejor época, ya que está ambientado en uno de los grandes rituales más secretos: un cónclave para la elección de un nuevo papa.

Además de todas estas novedades, también podrás disfrutar:

- 'Harold y el lápiz mágico', el 1 de junio
- 'Sujo', el 3 de junio
- 'Trolls 3: Todos juntos', el 5 de junio
- 'Fly Me to the Moon', 12 de junio
- 'Fin de fiesta', 18 de junio
- 'Amor a lo bestia', 23 de junio
- 'Daniela Forever', 28 de junio

El cine directo de Movistar Plus+

Y aunque el repertorio anterior ya te ha podido convencer, no son las únicas novedades que te esperan en Movistar Plus+. Más que nada porque hay más películas, y son los conocidos 'estrenos directos' de esta televisión:

- 'Oddity', el 2 de junio
- 'The Convert', el 4 de junio
- 'Second Act', el 8 de junio
- 'Fuerza Bruta: Castigo', el 8 de junio
- 'En Islas Extremas', el 14 de junio
- 'El médico de Viena', el 16 de junio
- 'Problemas de familia', el 17 de junio
- 'Adult best friends', el 24 de junio
- 'Winner', el 25 de junio
- 'Destino: Titán', el 30 de junio

CINE

Movistar Plus+ anuncia sus refrescantes estrenos de junio: Bitelchús Bitelchús, Cónclave, Jurado Nº 2...



Javier Cazallas 27 may. 2025

El catálogo de cine de Movistar Plus+ crece en junio con algunas de las películas recientes más comentadas, además de un montón de estrenos directos.

Puede que los meses de verano inviten más a salir a la calle, menos a esas horas en las que las temperaturas rivalizan con las del horno de una pizzería, pero nunca viene mal tener películas y series para ver en casa, y en Movistar Plus+ no quieren que te quedes sin cosas para ver.

La plataforma de Telefónica de España ha anunciado las incorporaciones que veremos en su catálogo de películas a lo largo del mes de junio de 2025, donde veremos la llegada de filmes de alto perfil, pero también de algunos estrenos directos que no han llegado a pasar por salas.

Empezamos el mismo 1 de junio con Harold y el lápiz mágico, la película de aventuras familiar con Zachary Levi y Zooey Deschanel. Para el lunes 2 tenemos el estreno directo del thriller de terror irlandés Oddity.

El martes 3 de junio tenemos cine en habla hispana con el drama social mexicano Sujo. Seguimos el miércoles 4 con el drama de acción australiano The Convert, con Guy Pearce. Alegra esa cara, porque el jueves 5 llega Trolls 3: Todos juntos, un poquito de animación para toda la familia.



Si no ha sido suficiente, el viernes 6 de junio recibirás en Movistar Plus+ la visita del bioexorcista más famoso del cine en Bitelchús Bitelchús. Michael Keaton vuelve a ponerse a las órdenes de Tim Burton, con Winona Ryder y Jenna Ortega acompañándolo.

Volvemos con los estrenos directos, porque el domingo 8 de junio con el thriller de acción coreano Fuerza bruta: Castigo y el drama romántico sueco Second Act.



Volveremos a cargarnos de estrellas el jueves 12 de junio con Fly me to the Moon, la película de Apple que parodia el montaje del alunizaje, con Scarlett Johansson, Channing Tatum, Woody Harrelson y Jim Rash.

Y si te saben a poco, al día siguiente, viernes 13, tienes el debut de Joker: Folie à Deux, la secuela de la iteración del Príncipe Payaso del Crimen de Gotham de Joaquin Phoenix, con Lady Gaga en el papel de Harley Quinn. Y nos plantamos a mediados de mes el sábado 14 con el estreno directo En islas extremas, protagonizada por Saoirse Ronan.

Cine para combatir el calor en Movistar Plus+

Volvemos con más estrenos directos: el lunes 16 con el drama húngaro El médico de Viena, seguido el martes 17 de junio por la comedia irlandesa Problemas de familia. Para el miércoles 18 tenemos cine español con Fin de fiesta, de Elena Manrique.

Pero la fiesta no ha terminado en Movistar Plus+: el viernes 20 de junio tenemos el estreno de Jurado Nº 2, el peliculón que se ha marcado Clint Eastwood como director a los 94 años, demostrando lo incombustible que ha sido durante toda su carrera.



Si te apetece un poco de comedia de terror, el lunes 23 tienes Amor a lo bestia, con Melissa Barrera y Tommy Dewey. Al día siguiente, martes 24, debuta la comedia Adult Best Friends, otro estreno directo en Movistar Plus+. El miércoles 25, tenemos Winner, el biopic con tintes de comedia y políticos encabezado por Emilia Jones.

Otro viernes de estreno potente nos espera el 27 de junio con Cónclave, una película que no necesita presentación por todo lo que ha sonado tras el fallecimiento del papa Francisco y el consiguiente cónclave en el Vaticano.



El sábado 28 de junio tenemos Daniela Forever, la película romántica de ciencia ficción de Nacho Vigalondo. Cerramos el mes el lunes 30 con más ciencia ficción, esta vez en clave thriller, con Destino: Titán, protagonizada por Casey Affleck y Laurence Fishburne.

Hay para todos los gustos entre los estrenos de junio de Movistar Plus+, y pronto repasaremos las series, donde la plataforma también tiene mucho que ofrecer.

Cónclave, Bitelchús, Lady Gaga y Scarlett Johansson: todo lo que llega a Movistar Plus+ en junio

Por Aarón Márquez Publicado 27/05/2025



En un momento en el que las plataformas de streaming prácticamente monopolizan el mercado del contenido, los usuarios nos hemos acostumbrado a ver nuevo contenido todas las semanas, ya sea en forma de películas o series, y Movistar Plus+ no es una excepción. Esto no solo se debe a la gran cantidad de contenido que hay en cada una de ellas, el cual no podríamos ver ni en toda una vida, sino que además todos los meses ofrecen contenido nuevo, ya sean estrenos directos en la plataforma o incluso películas que han terminado su andadura en cartelera y se lanza por fin en streaming.

Ahora hemos podido conocer todo lo que llega a Movistar Plus+ durante el próximo mes de junio, y aunque no nos extraña en absoluto que sea así, resulta más que interesante conocer todo lo que podremos disfrutar en esta plataforma, incluyendo desde películas esperadas por su importancia en el momento actual, hasta aquellas películas que buscan tener su redención tras un mal paso por la taquilla mundial.

Movistar Plus+ tiene un poco para todos con su lista de estrenos para el próximo mes de junio, por lo que si eres usuario deberías estar atento.



Los estrenos más destacados de Movistar Plus+

Vamos a empezar, como no podía ser de otra manera, por el que es el bombazo del mes de junio en Movistar Plus+, y es que claramente tenemos que destacar 'Cónclave', la película nominada al Oscar que estuvo de rigurosa actualidad tras el fallecimiento del Papa Francisco, y el proceso posterior tras el cual se eligió al actual Papa León XIV. En esos momentos muchas personas se apresuraron a ver esta película, movidos por la curiosidad sobre esta misteriosa costumbre que lleva teniendo vigencia desde hace muchas generaciones y de la que se sabe tan poco.

Todavía tendremos que esperar un poco para verla en Movistar Plus+, dado que 'Cónclave' tiene previsto estrenarse en esta plataforma el próximo 27 de junio, momento en el que podremos empezar a disfrutar de sus intrigas políticas puras, situadas en un terreno realmente inexplorado y del que muchos somos desconocedores más allá de lo comentado durante el reciente Cónclave real.

Por supuesto, este no es el único gran estreno que nos tienen preparado para el mes de junio, y es que la secuela de una de las mejores películas de Tim Burton llegará a Movistar Plus+ durante este mes. Sí, nos referimos a 'Bitelchús Bitelchús', que fue algo así como un sueño hecho realidad para muchas personas, y que por fin podremos disfrutar en esta plataforma a partir del próximo 6 de junio, por lo que no tendremos que esperar mucho para poder volver a verla o para disfrutarla por primera vez si es que no le diste una oportunidad durante su paso por la cartelera.



Continuamos con películas que probablemente no viste durante su paso por la cartelera, y es que la tan criticada `Joker: Folie à Deux' llegará a Movistar Plus+ el próximo 13 de junio, y será tu oportunidad para ver la esperada secuela en forma de musical protagonizada por Joaquin Phoenix y Lady Gaga, la cual tantas críticas generó en su momento, derivando en que se convirtiera en uno de los grandes fracasos en taquilla del 2024. Aun así, puede ser una película más que interesante para aquellos que disfrutaron la primera película de este Joker, aunque es probable que no tengamos más.

Aquí no nos quedamos, y es que también tendremos el próximo 12 de junio el estreno de `Fly Me to the Moon', una película inspirada en los hechos reales que llevaron a la llegada del hombre a la Luna y que está protagonizada por la reconocible Scarlet Johansson, una de las actrices más relevantes de Hollywood en términos generales, y la cual en tiempos recientes se ha abierto a mis tipos de proyectos.



Otros estrenos de Movistar Plus+

Por supuesto, lo que ya hemos mencionado son los estrenos más relevantes que tendremos en Movistar Plus+ durante el mes de junio, pero existen otros estrenos (películas y series) que pueden ser muy interesante, y los cuales te listaremos a continuación para que puedas añadirlas a tu lista de pendientes si te interesan.

- Harold y el lápiz mágico – 1 de junio
- Oddity – 2 de junio
- Sujo – 3 de junio
- The Convert – 4 de junio
- Trolls 3: Todos juntos – 5 de junio
- Fuerza bruta: Castigo – 8 de junio
- Second Act – 8 de junio
- En islas extremas – 14 de junio
- Problemas de familia – 17 de junio
- Fin de fiesta – 18 de junio
- Jurado nº2 – 20 de junio
- Amor a lo bestia – 23 de junio
- Adult best friends – 24 de junio
- Winner – 25 de junio
- Daniela Forever – 28 de junio
- Destino: Titán – 30 de junio



Estos son los estrenos de Movistar Plus+ para el mes de junio 2025, es decir, los cuales podrás disfrutar si cuentas con una suscripción activa al servicio en las fechas de estreno de las respectivas series y películas que hemos mencionados, incluyendo la tan codiciada 'Cónclave', nominada en los Premios Oscar, hasta secuelas tan esperadas en su momento como 'Bitelchús, Bitelchús' o 'Joker: Folie à Deux', pasando por películas protagonizadas por actores tan famosos como la mismísima Scarlet Johansson.

Si quieres disfrutar de todo este contenido y mucho más, puedes hacerlo en Movistar Plus+.

EL IMPARCIAL
cultura
Martes, 27 de mayo de 2025

PLATAFORMAS

Novedades de Movistar Plus+ en junio: estreno de Cónclave



E.I. martes 27 de mayo de 2025

CÓNCLAVE

Desde el viernes 27 de junio.

Ganadora del Oscar al mejor guion adaptado en 2025. Ralph Fiennes, Stanley Tucci, John Lithgow e Isabella Rossellini forman parte del reparto de este thriller ambientado en el seno de uno de los rituales más secretos: un cónclave para la elección del nuevo papa. Dirigida por Edward Berger (Oscar por 'Sin novedad en el frente') y basada en el bestseller homónimo de Robert Harris, calificado por The Times como la "versión eclesiástica de House of Cards", 'Cónclave' obtuvo ocho nominaciones a los Oscar (incluyendo mejor película, actor protagonista, actriz de reparto y guion adaptado).

BITELCHÚS, BITELCHÚS

Desde el viernes 6.

Macabra, siniestra y repulsivamente divertida, esta secuela de la película de Tim Burton de 1988 vuelve a reunir a aquella excéntrica y ultraterrenal pandilla, con Michael Keaton y Winona Ryder a la cabeza. Más de 30 años después, Bitelchús continúa enamorado (a su manera) de Lydia Deetz, que sigue siendo capaz de ver todo tipo de fantasmas... menos el de su marido. Cuando, tras un luctuoso acontecimiento, Lydia, su madrastra Delia y su hija Astrid vuelven a la vieja mansión encantada, una serie de casualidades terminan abriendo el portal al Más Allá.

JURADO Nº2

Desde el viernes 20.

Clint Eastwood, director de obras maestras como 'Sin perdón', 'Mystic River' o 'Million Dollar Baby', vuelve a su cine de relatos oscuros y dilemas éticos en este 'thriller' judicial a puerta cerrada protagonizado por Nicholas Hoult ('Skins'), Toni Collette ('El sexto sentido', 'Hereditary') y J.K. Simmons ('Whiplash'). Justin Kemp, un hombre corriente a punto de ser padre, es seleccionado como parte de un jurado popular en un juicio por asesinato. Durante la narración de los hechos, a Justin todo le resulta inexplicablemente familiar. Él estuvo allí y, además, pudo estar involucrado en el asesinato.

JOKER: FOLIE À DEUX

Desde el viernes 13.

El director Todd Phillips y el actor Joaquín Phoenix vuelven a unirse en una nueva película basada en el personaje del Joker, aunque la oscura historia de aquella primera película se convierte en la segunda en un musical. En 'Joker. Folie à deux', que transcurre en el psiquiátrico de Arkham en el que Arthur Fleck/Joker está ingresado en espera de juicio, el antihéroe de DC Comics encontrará el verdadero amor en el personaje interpretado por Lady Gaga.

FLY ME TO THE MOON

Desde el jueves 12.

Scarlett Johansson, Channing Tatum y Woody Harrelson son los protagonistas de 'Fly Me to the Moon', una encantadora comedia de guerra de sexos, con tintes de thriller, ambientada en plena carrera espacial, cuando la NASA, con su reputación por los suelos, intentaba mandar una misión tripulada a la Luna. La embaucadora publicista Kelly Jones es

contratada por la NASA para dirigir, junto al director del lanzamiento Cole Davis, la campaña de marketing de la exitosa (aunque haya que mentir) llegada del hombre a la Luna.

TROLLS 3: TODOS JUNTOS

Desde el jueves 5.

Hemos tenido que esperar tres películas para descubrir que Branch, el poco optimista troll coprotagonista de la saga musical de DreamWorks Animation, ¡¡¡formaba parte de una 'boyband'!!! En 'Trolls 3: todos juntos', Branch, Poppy y otros conocidos y desconocidos trolls viven una nueva aventura musical para reunir a la antigua 'boyband' de Branch y sus hermanos. La película cuenta con la primera canción de NSYNC en más de 20 años: Better Place.

HAROLD Y EL LÁPIZ MÁGICO

Desde el domingo 1.

Un tributo a la imaginación basado en Harold, el personaje creado por el dibujante de cuentos infantiles Crockett Johnson. Protagonizada por Zachary Levi (saga ¡Shazam!), esta película lleva al pequeño Harold del dibujo a la realidad y lo convierte en un adulto con toda la imaginación de un niño. En el mundo animado de Harold, todo lo que dibuja con su lápiz morado se convierte en realidad. De hecho, cuando un día se dibuja a sí mismo, es el propio Harold el que cobra vida fuera de las páginas de su libro y aparece en el mundo real.

AMOR A LO BESTIA

Desde el lunes 23.

A Melissa Barrera (Sam Carpenter en la saga 'Scream') le vuelve a tocar enfrentarse a un monstruo... aunque este monstruo es tan espeluznante como encantador. 'Amor a lo bestia' recorre la comedia romántica, el género fantástico, el terror, el musical y el drama psicológico (cada cosa a su tiempo, pero encajando a la perfección) para crear un peculiar cuento de hadas moderno sobre la rabia interior, la ira, la soledad, la ambición y el empoderamiento.

DANIELA FOREVER

Desde el sábado 28.

Nacho Vigalondo dirige al británico Henry Golding ('Crazy Rich Asians') y a la italiana Beatrice Grannò ('The White Lotus') en una historia que une el cine romántico y el de ciencia ficción para hablar de amor, de pérdida y de superación del duelo. Henry Golding da vida a Nicolás, un hombre

hundido tras la muerte de su novia Daniela. Incapaz de superar su pérdida, Nicolás cree encontrar un rayo de esperanza en un nuevo medicamento que permite controlar lo que se sueña.

FIN DE FIESTA

Desde el miércoles 18.

La productora de películas como 'El orfanato' o 'El laberinto del fauno', Elena Manrique, dirige y escribe su ópera prima, esta tragicomedia tan ácida como divertida que arremete contra las élites casposas. En ella, el encuentro entre un inmigrante ilegal que busca refugio en el cobertizo de una casa señorial andaluza, la empleada del hogar y la señora de la casa, una pija que vive de las rentas, es el detonante del todo el humor, la locura, los sentimentalismos y los excesos que caracterizan a esta historia.

SUJO

Desde el miércoles 3.

Tras 'Sin señas particulares', el tándem de directoras Fernanda Valadez y Astrid Rondero vuelve al cine social con este filme que aborda temas como la infancia, la violencia y la esperanza en una de las zonas más peligrosas de México. Cuando un sicario es asesinado, deja atrás a Sujo, su hijo de 4 años. La sombra de la violencia acecha a Sujo en cada etapa de su vida y parece inevitable seguir los pasos de su padre. ¿Se puede huir de los errores cometidos por la gente que nos rodea?

20minutos
CINEMANÍA

Dura menos de cuatro horas y te tendrá en vilo hasta el final: la adictiva miniserie en streaming que devorarás en una tarde

Cinemanía – Series Janire Zurbano 28.05.2025

¿Qué harías si descubrieras que tu hijo de tres años es en realidad el de otra pareja y el hospital lo intercambió por error? Así es el thriller familiar protagonizado por James Norton que no debes perderte en Movistar Plus+.



James Norton (Londres, 1985) no vive en Tres Cantos, Madrid, como su página en Wikipedia indica. Tampoco es la clásica estrella de Hollywood a la que todo el mundo conoce, pero acumula papeles tan o más sugestivos que otros compatriotas famosos de su generación como Matt Smith, Theo James, Eddie Redmayne o Robert Pattinson.

Se ha forjado una carrera de lo más prolífica sobre las tablas y en los sets de Inglaterra, lejos de las colinas angelinas, dándose a conocer en series como Happy Valley (2014-2023), donde aterrorizó y embelesó a la audiencia a partes iguales, y Grantchester (2014-...), en la que se puso la sotana para investigar asesinatos.

Tal vez el título más rimbombante o mainstream de su vasto currículum sea Mujercitas (2019), aunque él asegura que el gran desafío de su carrera se lo ha dado el teatro. Para ser más exactos, A Little Life (2023), adaptación del bestseller de Hanya Yanagihara, un éxito de cuatro horas en el West End para el que, como diabético de tipo 1, se tenía que esconder zumos por el escenario.

Cualquiera de los títulos mencionados prueban el talento del británico, igual que otros trabajos recientes como los filmes Ex maridos (2023) y Bob Marley: One Love (2024) o la miniserie de cuatro episodios Dos familias (2025), en la que firma como productor al frente de Rabbit Track Pictures y que está disponible en Movistar Plus+.

No es casualidad que su nombre haya sonado con fuerza para interpretar al siguiente James Bond, por mucho que él insista en que son todo especulaciones, ni que haya fichado por la tercera temporada de La casa del dragón, en la que dará vida a Ormund Hightower, primo de Alicent (Olivia Cooke) y el Señor de Oldtown.

Antes de reencontrarnos con Norton en Poniente y si no estás demasiado familiarizado con su carrera, te recomendamos que eches un vistazo a uno de sus trabajos más recientes, la ya mencionada miniserie Dos familias, un thriller que puedes disfrutar en menos de cuatro horas. Esto es todo lo que necesitas saber sobre ella.

'Dos familias', la miniserie que te durará una tarde



James Norton parece haber tomado buena nota de Reese Witherspoon y se ha lanzado al mundo de la producción adaptando libros que lo han conquistado como lector. Playing Nice, la novela de J.P. Delaney en la que se basa Dos familias, fue la primera adquisición de Rabbit Track Pictures en 2019, un thriller familiar que plantea la pesadilla de cualquier progenitor: ¿qué pasaría si un día abres la puerta y un desconocido asegura ser el verdadero padre biológico de tu hijo?

La miniserie sigue a Pete (Norton) y Maddie (Niamh Algar, conocida por sus papeles en Mary & George y Raised by Wolves), una pareja de Cornualles: ella, chef, trata de sacar adelante su restaurante mientras él trabaja a tiempo parcial como jardinero tras dejar el oficio de periodista para cuidar de su hijo Theo (Alban Guo), de tres años.

Un día reciben una noticia que cambia sus vidas. En el hospital donde Maddie dio a luz les informan de que el día que nació Theo se produjo un intercambio con el bebé de otra pareja y el pequeño al que han criado hasta ahora no es su hijo biológico. Así, conocen al otro matrimonio víctima de toda esta situación, formado por Miles (James McArdle, de Mare of Eastown) y Lucy (Jessica Brown Findlay, de Dowton Abbey), y a su hijo David (Fraser Cornelissen).

La ficción arranca como un drama familiar en el que los protagonistas deben averiguar cómo lidiar con lo que parece un grave descuido por parte del hospital, pero pronto deviene en algo mucho más complejo, un thriller adictivo cargado de giros y misterios. A medida que la historia avanza, Miles se descubre como una amenaza que podría apartar a Pete y Maddie de ambos niños, y se desata una batalla legar por la custodia de los menores.

Dos familias también se toma su tiempo para explorar aspectos de la maternidad eludidos a menudo en pantalla como las secuelas de un nacimiento prematuro o la depresión posparto, e incluso cuestiona temas colindantes como las nuevas masculinidades o los apegos, todo ello con los acantilados y los puertos de Cornualles como un telón de fondo feroz y único que te engulle (curiosamente, el libro se ambienta en Londres).

Esta miniserie de menos de cuatro horas de duración es una ficción acongojante, frenética e irresistible para fans de títulos como Adolescencia, una historia de personajes que atrapa y explota todo su potencial audiovisual gracias al talento de sus cuatro actores principales. Te aseguramos que, si hasta ahora no seguías de cerca la carrera de James Norton, después de Dos familias no volverás a perderlo de vista.

CINE Y SERIES

Acaba de llegar a Movistar Plus+ la nueva miniserie basada en hechos reales: 'thriller' sobre un famoso depredador sexual

Disfruta de esta serie en Movistar Plus+ por solo 9,99 € al mes



Redacción Barcelona Actualizado a 27/05/2025

Plataformas como Netflix, Max, Movistar Plus+, Filmin o Prime Video continúan ampliando cada semana su catálogo con nuevas series, películas y programas. Junto a sus producciones originales, también incorporan títulos de grupos audiovisuales como Mediaset España, Televisión Española o Atresmedia, así como películas que previamente se han estrenado en cines.

Movistar Plus+ ha estrenado este martes 27 de mayo 'El caso del Sambre', una historia basada en hechos reales y llevada a la ficción en seis capítulos que dirige Jean-Xavier de Lestrade y protagonizan Alix Poisson, Clémence Poésy, Pauline Parigot y Jonathan Turnbull.



Se trata de un 'true crime' que cuenta la historia real del depredador sexual más mediático de la historia de Francia. Un caso real de machismo sistémico que trascendió a la opinión pública y conecta con el debate actual.

Sinopsis de 'El caso del Sambre'

Norte de Francia, 1988. Christine Labot, una joven peluquera y madre de familia, se despierta desorientada en la ribera del río Sambre con signos evidentes de haber sufrido una agresión sexual. Será el primer caso denunciado de una serie de agresiones perpetradas por el mismo hombre a decenas de mujeres durante años. Mientras las denuncias se van acumulando hasta desbordar el sistema, el violador sigue actuando y las víctimas son ignoradas sistemáticamente. Se tardarían más de 30 años en hacer justicia.

cine&series MUNDIARIO

MOVISTAR+

La fiebre de los ricos: la cinta que muestra cuando ser rico se convierte en una maldición

El director de El hoyo, Galder Gaztelu-Urrutia, regresa con una sátira distópica sobre un virus letal que solo afecta a los millonarios, forzando a los privilegiados del planeta a esconderse entre los más pobres.



Fotograma de La fiebre de los ricos. / RR SS

Juan Manuel Mazas 28/may/25

¿Qué pasaría si una pandemia letal solo atacara a los ricos? Esa es la premisa de La fiebre de los ricos, la nueva película de Galder Gaztelu-Urrutia, director de El hoyo, que se estrena el 28 de mayo en Movistar Plus+.

Esta distopía, con guion del propio Gaztelu-Urrutia junto a David Desola, Pedro Rivero y el británico Sam Steiner, plantea un mundo en el que el dinero y el poder dejan de ser sinónimo de seguridad para convertirse en una condena mortal.

Presentada en el Festival de Sitges. La fiebre de los ricos mantiene el tono satírico y la crítica social de su anterior trabajo, pero cambia el escenario claustrofóbico por un conflicto global en el que la jerarquía social queda patas arriba.

El argumento arranca con la aparición de un virus desconocido que afecta exclusivamente a las clases más adineradas. El primer síntoma: una sonrisa brillante e inquietante que se convierte en el preludio de una muerte segura. Lo que al principio parece una anomalía médica se transforma en una amenaza global que desata el pánico entre los multimillonarios del planeta, quienes intentan desprenderse de sus fortunas a toda prisa, provocando el colapso de los mercados y el caos económico mundial.

En este nuevo orden, el dinero ya no protege. Los privilegiados comienzan a esconderse en los barrios más pobres, donde el virus no parece propagarse. Así, las zonas marginales, antes ignoradas o estigmatizadas, se convierten en los últimos refugios de la élite.

La protagonista de la historia es Laura Palmer, una productora de cine en la cima de su carrera, interpretada por Mary Elizabeth Winstead (Scott Pilgrim contra el mundo, Calle Cloverfield 10). Laura representa ese Occidente acomodado que, de repente, se ve obligado a vivir lo que nunca imaginó: la persecución, la discriminación y el desamparo. La actriz encarna a un personaje que debe enfrentarse a sus propios privilegios mientras lucha por sobrevivir en un mundo que ya no se rige por las mismas reglas.



Gaztelu-Urrutia explicó que la idea original partió de una historia sobre inmigración, pero contada desde el punto de vista de una persona privilegiada. “Quería que la protagonista viviese en sus propias carnes lo que antes solo observaba desde la distancia”, declaró el director en el marco del festival.

La fiebre de los ricos es una coproducción hispano-chilena rodada íntegramente en inglés. El reparto lo completan Timothy Spall (Sweeney Todd), Jonah Hauer-King (La sirenita) y un extenso elenco internacional. El proyecto ha contado con rodajes en diversas localizaciones alrededor del mundo, así como con numerosos extras y un importante despliegue de efectos especiales. @mundiario