



RESUMEN DE MEDIOS

VIERNES, 9 DE MAYO DE 2025

TEMAS DEL DÍA

El 10 % de las nuevas altas de Movistar Plus+ procede de amantes del género documental (Audiovisual 451)

Movistar Plus+ presenta su estrategia de No Ficción en Documenta Madrid y reafirma su pasión por el documental (VARIOS)

Entrevista con Nacho Contreras, director del canal Caza y Pesca (Telefónica)

FÚTBOL Y TV

La Confederación de Trabajadores de Cataluña anuncia una huelga en Mediapro para las tres últimas jornadas de Liga, que podrían no verse por televisión (VARIOS)

PEDRO X JAVIS

Los Javis producen documental sobre Pedro Almodóvar para Movistar Plus+ (VARIOS)

FICCIÓN ORIGINAL

LA CANCIÓN

Carolina Yuste: "Sufrí acoso escolar, pero he sabido entender. Es bonito perdonar, aunque depende del día" (EL PAÍS Semanal)

Carolina Yuste: "La canción habla de Eurovisión, pero también de opresión" (Teletodo)

Patrick Criado: "Sabía que Massiel ganó Eurovisión, pero lo de Serrat" (Teletodo)

Carolina Yuste, de 'La canción': "Massiel quería representar a España en Eurovisión, pero no ser imagen del franquismo" (El Español)

Patrick Criado ('La canción'): "Eurovisión es una ventana al mundo y los países lo aprovechan para sus intereses políticos" (e-Cartelera)

"La canción" de nuestra vida (Grupo JOLY)

'La canción': la loca historia de cómo llegó la Tanqueta de Leganitos a lo más alto de Eurovisión (Marta Medina en El Confidencial)

Además de su triunfo en Eurovisión con Massiel, España también ha ganado con 'La canción', un rayo de luz y armonía con melodía pegadiza (Belén Prieto en Espinof)

El gallego Touriñán se transforma en Fraga en la nueva miniserie de Movistar Plus+ (El Español)

'La canción', miniserie sobre Massiel y su triunfo en Eurovisión, la gran sorpresa de la semana (El Español / Crónica Vasca)

Lo que estoy viendo: "La canción" (Natalia Marcos en EL PAÍS)

¿Cómo se fraguó el éxito de Massiel y su 'La La La' en Eurovisión? (ABC)

Movistar Plus+ estrena en exclusiva 'La canción', la serie sobre Massiel y su éxito en Eurovisión (Cinemania)

Massiel, sobre el vestido que llevó a Eurovisión en 1968: "Le dije a André Courrèges, si usted me hace este traje, yo gano seguro" (Harpers Bazaar)

Ni *Adolescencia* ni *El Eternauta*, tienes que ver esta serie sobre el triunfo de Massiel en Eurovisión que se estrena hoy en Movistar Plus+ (Mujer Hoy)

'La canción', la serie que narra los "entresijos" de la victoria de Massiel en Eurovisión: "Hay infinitos detalles traídos de la realidad" (Sensacine)

Llega el estreno de la semana a Movistar Plus+: así es 'La canción', la miniserie sobre la victoria de Massiel en Eurovisión (El Economista)

Carolina Yuste, la actriz de moda estrena serie sobre Massiel (Forbes)

'La canción': mucho más que una miniserie sobre la victoria de Massiel en Eurovisión (VOGUE)

"La Canción": el estreno de Movistar+ inspirado en la histórica victoria de España en Eurovisión (El Independiente)

'La canción', simpática serie sobre el éxito de 'La, la, la' en Eurovisión (Julio Vallejo en Cineralia)

El eterno retorno al 'La, la, la': la historia del vestido yeyé con el que Massiel ganó Eurovisión (Uppers)

El vigués Fran Araújo estrena 'La canción', una miniserie de sobre el triunfo de Massiel en Eurovisión (Atlántico)

La serie La canción llega a Movistar Plus+: drama, historia y Eurovisión como nunca antes lo habías visto (ADSL Zone)

NO FICCIÓN ORIGINAL

EL CONSULTORIO DE BERTO

Berto Romero: "No me esperaba que mi generación fuera tan pesada, ¡la turra que damos con la nostalgia!" (Esquire)

CRÍMENES

Siete nuevos casos de "Crímenes" de Carles Porta llegan a Movistar Plus+ (La Vanguardia)

'Crímenes' regresa mañana a Movistar Plus+ con nuevos casos (Grupo TRIBUNA)

Carles Porta vuelve con el "true crime" a Movistar Plus+ (Grupo NOTICIAS)

LAS BERROCAL

Tráiler de 'Las Berrocal', el docureality de la familia de Vicky Martín Berrocal para Movistar Plus+ (Fórmula TV)

'Las Berrocal': Movistar Plus+ presenta el tráiler del docureality del clan familiar (Cultura en Serie)

CINE ORIGINAL

SIRAT

El cine español rompe con la maldición de Cannes: "Tiene un valor enorme que dos películas españolas estén entre las 20 mejores del año" (El Mundo - La Lectura)

España llega al Marché du Film 2025 de Cannes mirando hacia China y la inteligencia artificial (Kinótico)

“Sirât”, la película original Movistar Plus+ dirigida por Oliver Laxe, presenta tráiler y cartel oficial (Mundoplus.tv, El Palomitrón)

TELEFÓNICA Y TELECOMUNICACIONES

Telefónica nombra a Borja de Nicolás nuevo responsable del negocio residencial en España (Cinco Días)

Álvarez-Pallete, expresidente de Telefónica: "El 52% de tráfico de datos que hoy va por las redes ya no es humano" (Business Insider)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

España "está preparada" para defender su audiovisual de los aranceles de Trump, dice su ministro de Cultura (Cveintiuno)

Alexandra Lebret: "Together Fund quiere ser la alternativa de financiación de referencia para las productoras audiovisuales independientes" (Rubik)

Entrevista con Isaac Bergadà, responsable del área de producción virtual del Grupo Mediapro (Audiovisual 451)

30 títulos se reparten los más de 10 millones de euros de la primera mesa de valoración de cine de RTVE en 2025 (Audiovisual 451)

Clamor interno en RTVE por 'La familia de la tele': "¿Servicio público...? Ja" (El Confidencial)

San Isidro: la histórica apuesta de Telemadrid (ABC)

El consumo de televisión en diferido en abril representó el 5% del total (Servimedia)

Oughourlian juega al póker con el Grupo PRISA: ¿valen la Cadena SER y 'El País' 750 millones? (El Confidencial)

DEPORTE Y TV

Mediaset España alcanza un nuevo acuerdo con DAZN para emitir el Gran Premio de España de Fórmula 1 (Europa Press)

777 Partners: el holding multipropiedad que suelta lastre tras el colapso (2Playbook)

TV DE PAGO

Llevo en Movistar Plus+ desde el primer día y ahora me he suscrito a Orange TV. Ahora no sé cuál de las dos se va a quedar en mi tele (Xataka)

Orange TV Libre vs Movistar Plus+: así queda la batalla del mejor streaming por menos de 10€ (Adslzone.net)

Series y cine, contenidos más vistos en la TV por internet en España (La Voz de Galicia)

MARCA

El amor por una marca no se compra, se cultiva: Lo que hace que los consumidores sientan pasión por sus marcas preferidas (Puro Marketing)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

¿Es el anime la próxima mina de oro de la IP global? La animación japonesa atrae a la audiencia, a los estudios de Hollywood y al capital privado (Financial Times)

Warner Bros. Discovery suma 5,3 millones de suscriptores de *streaming* en el primer trimestre y reduce pérdidas (Variety, Deadline)

David Zaslav declara: «Esta es la HBO más fuerte que ha existido jamás» (Deadline)

Paramount crece en *streaming*, pero los ingresos caen (The Wall Street Journal)

Reino Unido se convierte en la mayor exportadora de televisión *unscripted* del mundo (Financial Times)

Por qué Netflix ha tenido que rediseñar su página de inicio (Vulture)

Esto es lo que la nueva página de inicio de Netflix significa para la publicidad (AdWeek)

Carolina Leconte (Netflix): "Con la inversión en México tenemos la certeza de continuidad junto a la opción de hacer más desarrollos" (Produ)

Estados Unidos, el país con el que México ha coproducido más películas en el último año (EL PAÍS)

Los aranceles de Trump ponen en entredicho el plan de México de lanzar incentivos nacionales (Cveintiuno)

La presidenta del Festival Cannes insta a la industria cinematográfica a evitar el pánico ante la amenaza arancelaria de EE.UU. (Financial Times)

Audiencias de TV: "El Juego del Calamar" domina, pero las series de TV en abierto destacan en los rankings multiplataforma (The Hollywood Reporter)

Datos oficiales de Nielsen: los programas más vistos de esta temporada han sido de CBNS y de Netflix (Vulture)

Bob Iger afirma que «*Thunderbolts**» es el «primer y mejor» ejemplo de la nueva estrategia cinematográfica de Marvel (Variety)

¿Cómo le afecta Hollywood que Estados Unidos ya no sea el bueno? (The Hollywood Reporter)

¿Quién va a detener el éxodo de producción de Hollywood y cómo? (The Hollywood Reporter)

Cómo han logrado los franceses combinar experiencia y flexibilidad para impulsar películas como 'La sustancia', 'Emilia Pérez' y 'Romería' (Variety)

La unidad de TV de Gaumont encuentra la fórmula ganadora con series premium y permaneciendo fiel al ADN francés (Variety)

MOVISTAR PLUS+

"El largo río de las almas", la serie negra con el fentanilo de fondo que recomienda Obama y dirige Amanda Seyfried (TELVA)

La miniserie de Movistar Plus+ de solo 8 capítulos protagonizada por Amanda Seyfried: perfecta para ver en una sola tarde (Mundo Deportivo)

Movistar Plus+ hace una jugada maestra llenando por sorpresa su plataforma con películas imprescindibles (Adslzone.net)

Movistar Plus+ lanza dos nuevos canales dedicados al cine (SatCesc)

Una carta de amor a Nápoles: Movistar+ tiene la película que mejor retrata la belleza de lo efímero ("Parthenope", en Trendencias)

"La semilla de la higuera sagrada", el thriller iraní que sacude conciencias y desafía al régimen Iraní (Mundiario)



El 10 por ciento de las nuevas altas de Movistar Plus+ proceden de amantes del género documental

Por **Redacción AV451** -8 mayo, 2025

Estos días Matadero Madrid es el epicentro de la industria española del contenido audiovisual de no ficción en la 22^a edición de Documenta Madrid, el festival de cine documental de la capital donde cada año Cineteca Madrid y Madrid Film Office organizan las jornadas Documenta PRO, destinadas a fomentar la reflexión y el intercambio de experiencias sobre los retos y las oportunidades del sector del documental desde una perspectiva profesional.



Raúl Torquemada, director de Madrid Film Office, y Luis Parés, director artístico de Cineteca Matadero, en la presentación de la mesa sobre Movistar Plus+ en Documenta PRO.

Las dos jornadas de Documenta PRO, en las que Audiovisual451 es medio colaborador, abrieron el pasado martes 7 de mayo con una mesa en la que se presentó la estrategia de la plataforma Movistar Plus+ en el género documental. Participaron en la misma

Purificación González, CMO de Movistar Plus+; Jorge Ortiz de Landázuri, líder de No Ficción Original, y Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena de la plataforma.

«Nos obsesiona el compromiso con el espectador español, intentamos atender sus necesidades de información de los espectadores para que puedan entender mejor el mundo actual, siempre desde el rigor y el respeto por su inteligencia», ha comenzado diciendo Purificación González, que ha señalado que desde que Movistar Plus+ lanzó su OTT y desligó la plataforma de la necesidad de contar con un contrato con Telefónica, el crecimiento de usuarios ha sido muy importante.

Actualmente, Movistar Plus+ llega a 3,6 millones de hogares, un alcance que hay que multiplicar por 3,5 miembros por hogar de media. Cabe señalar, además, que un diez por ciento de las nuevas altas comerciales proceden de espectadores interesados en el género documental: «Os sorprendería los resultados de los documentales originales, las cifras de consumo son increíbles», ha señalado la directora de marketing de Movistar Plus+, que ha desvelado que una serie como 'Alaska Revelada', sobre la popular artista pop, consiguió activar altas al nivel de lo que hace un partido de fútbol de la UEFA Champions League.

Desde el lanzamiento de la OTT hace año y medio, el perfil de espectador de Movistar Plus+ se ha rejuvenecido alrededor de 15 años, lo que significa que ahora se encuentra a partir de los 40 años. Uno de los próximos retos trazados por la compañía es atraer a más público femenino, una de las carencias actuales, quizás derivada de la percepción de la plataforma como un gran contenedor de contenidos deportivos más apreciados habitualmente por el público masculino.

El ranking de documentales en estos momentos en la plataforma de Telefónica lo encabeza la serie documental 'Bosé renacido', estrenada en septiembre de 2023, seguida de otro documental musical estrenado en octubre de ese mismo año: 'Bisbal', mientras que la serie documental sobre el entrenador de fútbol Luis Enrique: 'No tenéis ni **** idea', estrenada el año pasado, completa este podio. El siguiente título en la lista es la película documental 'Topuria: Matador', y cierra el 'Top 5' de documentales la serie original 'Alaska Revelada'. Otras propuestas destacadas son 'Mugaritz, sin pan ni postre' o 'Mercenario'.

Para Jorge Ortiz de Landázuri, líder de No Ficción Original de Movistar Plus+, el denominador común de estos títulos y otros originales de la casa es «tratar de acercar al espectador una realidad político o social a través de la mirada única de un autor. Queremos que los autores trabajen con total libertad creativa, apostamos por esa mirada autoral pero sin olvidarnos de la ambición comercial para llegar al mayor números de espectadores», ha señalado el responsable de No Ficción Original, que ha contado a Audiovisual451 que cada año suelen trabajar en unos diez proyectos diferentes originales.



Ortiz ha adelantado algunas de las próximas propuestas documentales originales que llegarán a la plataforma, como es la serie 'La chaparra' y el largometraje 'Ellas en la ciudad', la primera sobre el reciente caso de una secta y el segundo con un trasfondo social, escrito y dirigido por Reyes Gallegos, con la supervisión de Rafael Cobos. O 'Perejil', sobre la crisis de soberanía entre España y Marruecos, por la Isla de Perejil sucedida a principios de siglo.

«De alguna manera, buscamos una memoria activa con momentos históricos de España, porque esa parte de nuestra historia nos ayuda a comprender mejor el momento actual que vivimos», ha confesado el responsable de e No Ficción Original, que también ha hablado sobre otros dos próximos proyectos relacionados con esa línea estrella de documentales referidos a la cultura popular musical española: 'Flores para Antonio', sobre la figura de Antonio Flores, impulsado por su hija Alba Flores y dirigido por Elena Molina e Isaki Lacuesta, o un documental dedicado al artista 'Leiva', otra de las novedades anunciadas en el marco de Documenta PRO y que llegarán a la plataforma próximamente.

En lo que se refiere al subgénero documental de 'True Crime', la premisa de Movistar Plus+ es tratarlo con el máximo rigor y respeto a las víctimas y para ello cuenta con la inestimable colaboración de Carles Porta ('La caza del solitario'), uno de los mejores exponentes de esta categoría, muy valorado también en el ámbito internacional: «Carles Porta nos aporta todo lo que buscamos en el 'True Crime' y sus trabajos son de los mejores que se hacen en el mundo», aclaran los ejecutivos de Movistar Plus+.

Dejando a un lado las propuestas originales, Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena, ha declarado que la compañía adquiere unos 40 títulos anuales, obras que no pueden ser originales, ya sea por su presupuesto o por

motivos de otra índole, y que el 40 por ciento de las producciones ajenas que se compran son propuestas españolas, «tienen que ser historias con una mirada diferente, pero también comercial».



Purificación González, CMO de Movistar Plus+, Jorge Ortiz de Landázuri, líder de No Ficción Original y Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena de la plataforma

Para acometer esta selección, un departamento formado por tres personas está pendiente de lo que ocurre en el mundo para buscar las temáticas elegidas. Por ejemplo, cuando Movistar Plus+ tenía previsto estrenar la película de ficción 'La sustancia', el equipo comenzó a rastrear el mercado con el objetivo de encontrar documentales sobre la actriz Demi Moore, pero no cualquier cosa.

«No existen las fórmulas. Nosotros siempre estamos en constante búsqueda de nuevas voces al mismo tiempo que apostamos por los creadores y productores con un prestigio consolidado. La mirada es importante, nos fijamos en quién lo hace, quién lo produce y para qué cadena u operador lo ha hecho. Todo tiene que tener una base sólida de rigor y presupuestos en consonancia», reconoce Leticia Pérez. Un buen ejemplo en el caso de un documental español es la película ganadora de la Concha de Oro de San Sebastián, 'Tardes de soledad', de Albert Serra, que llegará a la plataforma próximamente.

Movistar Plus+ también sigue apostando por aliarse con los grandes referentes de la televisión en Europa, tanto públicos como privados, como ZDF, BBC o Arte, entre otros, y aquí en España con RTVE, que aseguran ese rigor y profesionalidad buscada por la plataforma. «La divulgación es otra de nuestras responsabilidades como medio,

cuando uno se alía con una entidad como BBC Studios todo es más fácil», ha manifestado Pérez. Otras fuentes indispensables para tomar el pulso al género son los principales festivales y mercados dedicados al documental, aunque a veces sus selecciones se alejan de las necesidades de la plataforma: «Los festivales a veces están lejos de nuestras preferencias porque sus perfiles son más creativos y menos comerciales», ha indicado la responsable de Documentales de Producción Ajena de Movistar Plus+.

Movistar Plus+ presenta su estrategia de No Ficción en Documenta Madrid

mayo 8, 2025 por Admira

Movistar Plus+ ha explicado en Documenta Madrid sus próximos pasos en el área de No Ficción de la compañía, destacando su apuesta por el documental. El acto ha contado con la participación de Purificación González, CMO de Movistar Plus+, Jorge Ortiz de Landázuri, líder de No Ficción Original y Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena.



Movistar Plus+ ha presentado este miércoles su estrategia de contenidos de no ficción en el Festival Internacional de Cine Documenta Madrid, uno de los espacios de referencia del género documental en España.

Purificación González, CMO de Movistar Plus+, Jorge Ortiz de Landázuri, líder de No Ficción Original y Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena, han desgranado las claves que convierten la no ficción en uno de los pilares de su catálogo y lo hacen diferencial respecto a la oferta del resto de plataformas en España.

Luis E. Parés, director artístico de Documenta Madrid y de Cineteca Madrid, ha afirmado que Movistar Plus+ es «el motor del audiovisual español hoy» y que, como espectadores, «todos vemos Movistar Plus+ y nos encandilamos con sus propuestas».

Sobre Documenta Madrid y la participación de Movistar Plus+

El festival Documenta Madrid, organizado por el **Ayuntamiento de Madrid y que llega este año a su 22ª edición**, ofrece a los profesionales de la industria del documental un espacio de encuentro privilegiado en España, muy valorado por creadores y productores por las reflexiones e intercambios de experiencias que genera.

Movistar Plus+ ha estado presente en el marco de las jornadas Documenta PRO que organiza el festival junto a Madrid Film Office, y ha estado acompañado en su presentación por decenas de profesionales del sector.

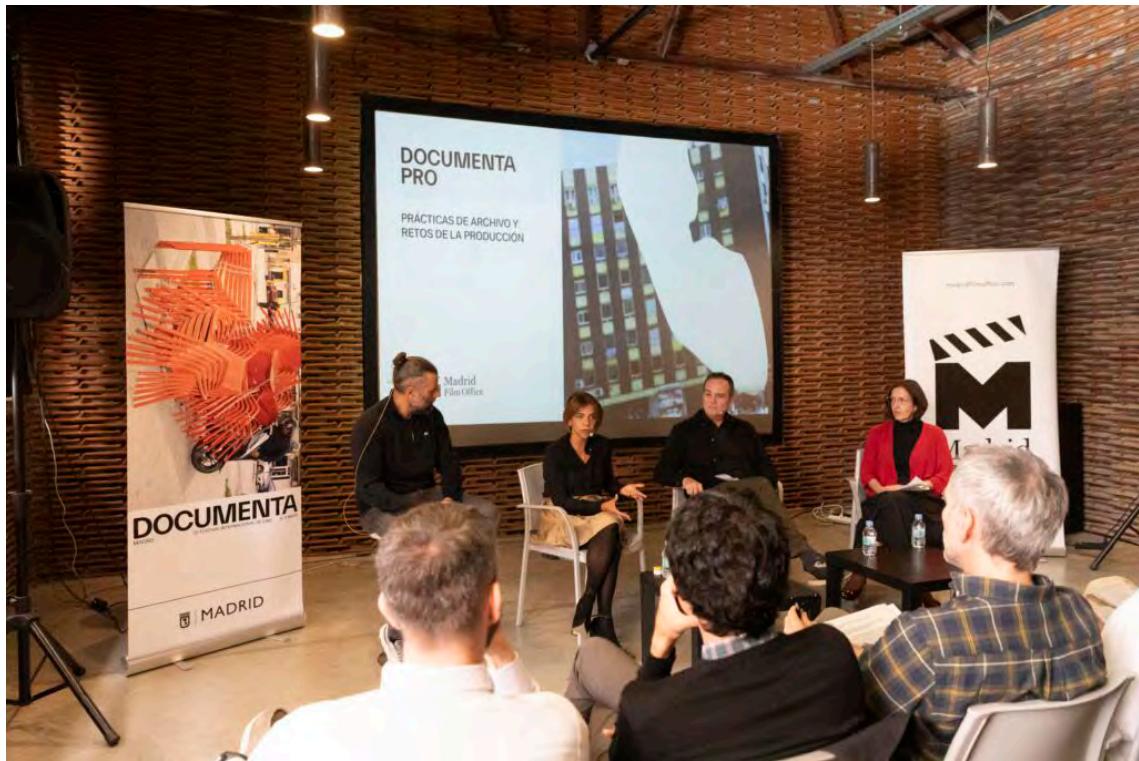
Del mismo modo que la ficción original se ha convertido ya en un sello de calidad indiscutida en la industria audiovisual española, **la no ficción original está labrándose el mismo camino con títulos aclamados por los espectadores**, como son recientemente *No tenéis ni **** idea, Alaska Revelada, Mugaritz, sin pan ni postre* o *Mercenario*.

En la presentación también se han adelantado títulos de producción original que llegarán próximamente a la plataforma como *Ellas en la ciudad, La Chaparra* o *Perejil*.

En los documentales de producción ajena, **la plataforma sigue apostando por aliarse con los grandes referentes de la televisión en Europa**, como ZDF, BBC o Arte, entre otros, al mismo tiempo que impulsa las voces más interesantes e innovadoras del panorama nacional, como es el caso de **Albert Serra** y su *Tardes de soledad*, ganador de la Concha de Oro del Festival de San Sebastián en 2024 y que llegará a la plataforma próximamente.

En palabras de los protagonistas

Purificación González, CMO de Movistar Plus+: «La fiabilidad y el rigor es lo que nos mueve en Movistar Plus+, es una parte fundamental de nuestro compromiso con el espectador. Queremos dar herramientas que enriquezcan la mirada del espectador y la nuestra es una de las pocas plataformas que lo hace con criterio humano, alejado del algoritmo».



Jorge Ortiz de Landázuri, Líder de No Ficción Original Movistar Plus+: «En Movistar Plus+ tratamos de acercar al espectador fragmentos de realidad social, cultural y política española a través de la mirada del autor. Queremos generar un espacio donde los creadores se sientan en libertad para contar las historias que tienen que ver con esa realidad compartida. Nuestra pretensión es unir en equilibrio la perspectiva autoral y la ambición comercial, llegar al mayor número de espectadores pero manteniendo una mirada propia. Todos los originales de no ficción de Movistar Plus+ tienen esa identidad».

Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena: «Somos la plataforma que invierte más en no ficción a nivel nacional, en este momento estamos sobre los 40 títulos al año. Seleccionamos historias que interesan a nuestro público, con una mirada interesante, diferente, sin perder la visión comercial para poder llegar a más gente. Todo documental que se emite en Movistar Plus+ debe partir de la base del rigor y el conocimiento de cada tema. No existen las fórmulas. Nosotros siempre estamos en constante búsqueda de nuevas voces al mismo tiempo que apostamos por los creadores y productores con un prestigio consolidado».



Movistar Plus+ presenta su estrategia de No Ficción en Documenta Madrid y reafirma su pasión por el documental

8 de mayo de 2025

Movistar Plus+ ha explicado su apuesta por el documental en el festival Documenta Madrid, uno de los espacios de referencia del género en España

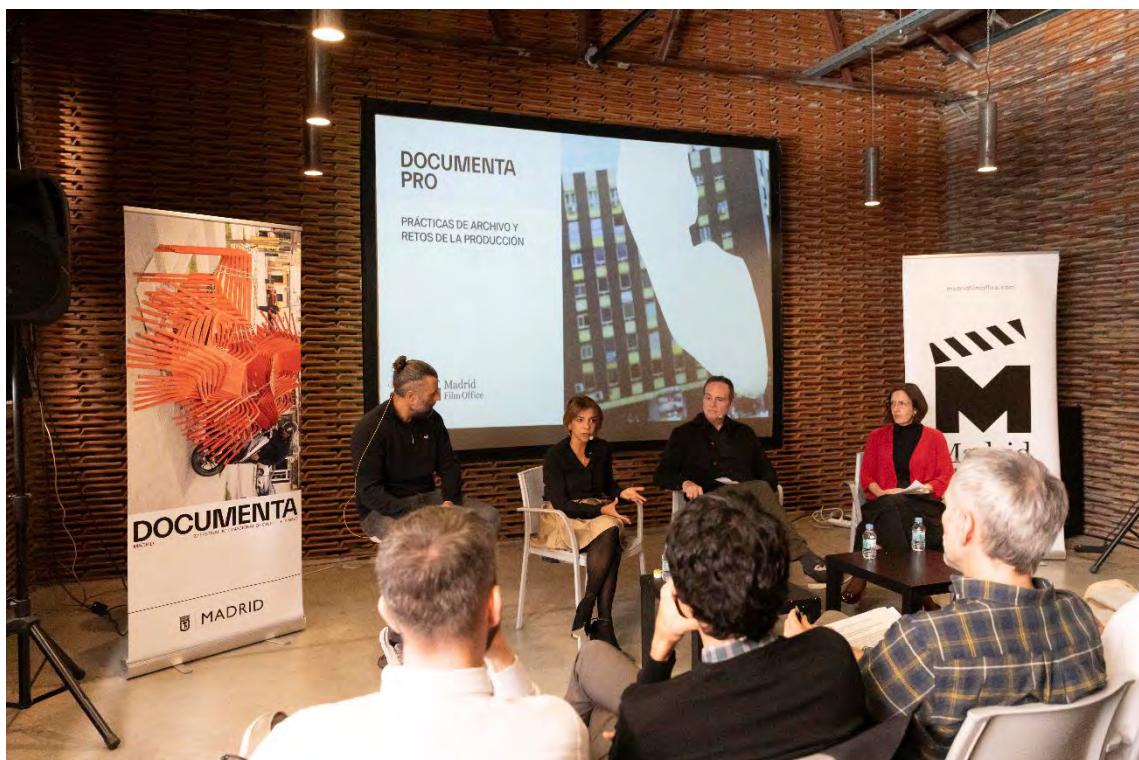
Movistar Plus+ ha presentado este miércoles su estrategia de contenidos de no ficción en el Festival Internacional de Cine Documenta Madrid, uno de los espacios de referencia del género documental en España. Purificación González, directora de Marketing y Comunicación, Jorge Ortiz de Landázuri, líder de No Ficción Original y Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena, han desgranado las claves que convierten la no ficción en uno de los pilares del catálogo de Movistar Plus+ y lo hacen diferencial respecto a la oferta del resto de plataformas en España.

Luis E. Parés, director artístico de Documenta Madrid y de Cineteca Madrid, ha afirmado que Movistar Plus+ es »el.motor.del.audiovisual.español.hoy« .y.que?como. espectadores? »todos. vemos. Movistar. Plus>. y. nos. encandilamos. con. sus. propuestas¡

El festival Documenta Madrid, organizado por el Ayuntamiento de Madrid y que llega este año a su 22ª edición, ofrece a los profesionales de la industria del documental un espacio de encuentro privilegiado en España, muy valorado por creadores y productores por las reflexiones e intercambios de experiencias que genera. Movistar Plus+, en su vocación de ser un impulso de la industria audiovisual en España, ha querido estar presente en esta edición, en el marco de las jornadas Documenta PRO que organiza el festival junto a Madrid Film Office, y ha estado acompañado en su presentación por decenas de profesionales del sector.

Del mismo modo que la ficción original Movistar Plus+ se ha convertido ya en un sello de calidad indiscutida en la industria audiovisual española, la no ficción original Movistar Plus+ está labrándose el mismo camino con títulos aclamados por los espectadores, como son recientemente *No.tenéis.ni.\.\.idea?Alaska.Revelada?* *Mugaritz?* *sin. pan. ni. postre o Mercenario*. En la presentación también se han adelantado títulos de producción original que llegarán próximamente a la plataforma como *Ellas.en.la.ciudad?La.Chaparra* o *Perejil*.

En los documentales de producción ajena, Movistar Plus+ sigue apostando por aliarse con los grandes referentes de la televisión en Europa, como ZDF, BBC o Arte, entre otros, al mismo tiempo que impulsa las voces más interesantes e innovadoras del panorama nacional, como es el caso de Albert Serra y su *Tardes.de.soledad*, ganador de la Concha de Oro del Festival de San Sebastián en 2024 y que llegará a la plataforma próximamente.



Purificación González, directora de Marketing y Comunicación de Movistar Plus+: »La.fiabilidad.y.el.rigor.es.lo.que.nos.mueve.en.Movistar.Plus>?es.una.parte.fundamental. de. nuestro. compromiso. con. el. espectador;. Queremos. dar. herramientas.que.enriquezcan.la.mirada.del.espectador.y.la.nuestra.es.una.de.las.pocas.plataformas.que.lo.hace.con.criterio.humano?alejado.del.algoritmo;»

Jorge Ortiz de Landázuri, Líder de No Ficción Original Movistar Plus+: »En. Movistar.Plus>.tratamos.de.acercar.al.espectador.fragmentos.de.realidad.social?cultural.y.política.española.a.través.de.la.mirada.del.autor;.Queremos.generar.un.espacio.donde.los.creadores.se.sientan.en.libertad.para.contar.las.historias.que.tienen.que.ver.con.esa.realidad.compartida;.Nuestra.pretensión.es.unir.en.equilibrio.la.perspectiva. autoral. y. la. ambición. comercial? llegar. al. mayor. número. de.espectadores. pero. manteniendo. una. mirada. propia;. Todos. los. originales. de. no.ficción.de.Movistar.Plus>.tienen.esa.identidad;»

Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena: »Somos.la.plataforma. que. invierte. más. en. no. ficción. a. nivel. nacional? en. este. momento. estamos. sobre. los. 06. títulos. al. año;. Seleccionamos. historias. que. interesan. a. nuestro. público? con. una. mirada. interesante? diferente? sin. perder. la. visión.comercial.para.poder.llegar.a.más.gente;.Todo.documental.que.se.emite.en.Movistar.Plus>.debe.partir.de.la.base.del.rigor.y.el.conocimiento.de.cada.terma;.No.existen.las.fórmulas;.Nosotros.siempre.estamos.en.constantebúsqueda.de.nuevas.voces.al.mismo.tiempo.que.apostamos.por.los.creadores.y.productores.con.un.prestigio.consolidado;»

INDUSTRIA

Movistar Plus+ reivindica su papel como la plataforma que más invierte en no ficción en plena reestructuración

Tras la salida de Domingo Corral como director de Ficción y Entretenimiento y su sustitución por Jorge Pezzi



Purificación González, Jorge Ortiz de Landázuri y Leticia Pérez en su intervención en Documenta Madrid. ©Movistar Plus+

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

Movistar Plus+ ha presentado su estrategia de contenidos de no ficción en el **Festival Internacional de Cine Documenta Madrid**, uno de los espacios de referencia del género documental en **España**. La plataforma de **Telefónica**, actualmente en proceso de reestructuración interna, ha reivindicado su papel como el operador español que más invierte en no ficción nacional y anunciado nuevos proyectos como **Ellas en la ciudad**, **La Chaparra** o **Perejil**, además de su intervención en otros de éxito como **Tardes de Soledad** (2024), de **Albert Serra**, ganadora de la **Concha de Oro** en **San Sebastián**.

En plena remodelación interna de la plataforma, con el reciente relevo al frente de la dirección de Ficción y Entretenimiento de **Domingo Corral** por **Jorge Pezzi**, cuando se especula con un posible cambio de estrategia de la misma que reduzca

el peso de las series de ficción que tantos éxitos críticos han dado a la marca Movistar Plus+, la firma ha sacado músculo en cuanto al peso de sus documentales en un acto en el que estuvieron presentes **Purificación González**, directora de Marketing y Comunicación, **Jorge Ortiz de Landázuri**, líder de No Ficción Original y **Leticia Pérez**, responsable de Documentales de Producción Ajena.

Los mismos defendieron que «del mismo modo que la ficción original Movistar Plus+ se ha convertido ya en un sello de calidad indiscutida en la industria audiovisual española, la no ficción original está labrándose el mismo camino con títulos aclamados por los espectadores, como son recientemente **No tenéis ni **** idea, Alaska Revelada, Mugaritz, sin pan ni postre o Mercenario**».

Además, la plataforma ha recordado en nota de prensa como «en los documentales de producción ajena, Movistar Plus+ sigue apostando por aliarse con los grandes referentes de la televisión en **Europa**, como **ZDF, BBC o Arte**, entre otros, al mismo tiempo que impulsa las voces más interesantes e innovadoras del panorama nacional».

Según Jorge Ortiz de Landázuri en Movistar Plus+ «tratamos de acercar al espectador **fragmentos de realidad social, cultural y política española** a través de la mirada del autor. Queremos generar un espacio donde los creadores se sientan en libertad para contar las historias que tienen que ver con esa realidad compartida. Nuestra pretensión es unir en equilibrio la perspectiva autoral y la ambición comercial, llegar al mayor número de espectadores pero manteniendo una mirada propia».



Movistar Plus+ presentó su estrategia de contenidos de no ficción en el marco del Festival Documenta Madrid

08/05/2025

En la presentación también se han adelantado títulos de producción original que llegarán próximamente a la plataforma como 'Ellas en la ciudad', 'La Chaparra' o 'Perejil'.

Este acuerdo se desarrolló en uno de los espacios de referencia del género documental en España, como lo es el festival. Purificación González, directora de Marketing y Comunicación, Jorge Ortiz de Landázuri, líder de No Ficción Original y Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena, han desgranado las claves que convierten la no ficción en uno de los pilares del catálogo de Movistar Plus+ y lo hacen diferencial respecto a la oferta del resto de plataformas en España.

Luis E. Parés, director artístico de Documenta Madrid y de Cineteca Madrid, ha afirmado que Movistar Plus+ es "el motor del audiovisual

español hoy" y que, como espectadores, "todos vemos Movistar Plus+ y nos encandilamos con sus propuestas".

El festival Documenta Madrid, organizado por el Ayuntamiento de Madrid y que llega este año a su 22ª edición, ofrece a los profesionales de la industria del documental un espacio de encuentro privilegiado en España, muy valorado por creadores y productores por las reflexiones e intercambios de experiencias que genera. Movistar Plus+, en su vocación de ser un impulso de la industria audiovisual en España, ha querido estar presente en esta edición, en el marco de las jornadas Documenta PRO que organiza el festival junto a Madrid Film Office, y ha estado acompañado en su presentación por decenas de profesionales del sector.

Del mismo modo que la ficción original Movistar Plus+ se ha convertido ya en un sello de calidad indiscutida en la industria audiovisual española, la no ficción original Movistar Plus+ está labrándose el mismo camino con títulos aclamados por los espectadores, como son recientemente 'No tenéis ni **** idea', 'Alaska Revelada', 'Mugaritz, sin pan ni postre' o 'Mercenario'.

En los documentales de producción ajena, Movistar Plus+ sigue apostando por aliarse con los grandes referentes de la televisión en Europa, como ZDF, BBC o Arte, entre otros, al mismo tiempo que impulsa las voces más interesantes e innovadoras del panorama nacional, como es el caso de Albert Serra y su 'Tardes de soledad', ganador de la Concha de Oro del Festival de San Sebastián en 2024 y que llegará a la plataforma próximamente.



Lo que dijeron los protagonistas

Purificación González, directora de Marketing y Comunicación de Movistar Plus+: "La fiabilidad y el rigor es lo que nos mueve en Movistar Plus+, es una parte fundamental de nuestro compromiso con el espectador. Queremos dar herramientas que enriquezcan la mirada del espectador y la nuestra es una de las pocas plataformas que lo hace con criterio humano, alejado del algoritmo".

Jorge Ortiz de Landázuri, Líder de No Ficción Original Movistar Plus+: "En Movistar Plus+ tratamos de acercar al espectador fragmentos de realidad social, cultural y política española a través de la mirada del autor. Queremos generar un espacio donde los creadores se sientan en libertad para contar las historias que tienen que ver con esa realidad compartida. Nuestra pretensión es unir en equilibrio la perspectiva autoral y la ambición comercial, llegar al mayor número de espectadores pero manteniendo una mirada propia. Todos los originales de no ficción de Movistar Plus+ tienen esa identidad".

Leticia Pérez, responsable de Documentales de Producción Ajena: "Somos la plataforma que invierte más en no ficción a nivel nacional, en este momento estamos sobre los 40 títulos al año. Seleccionamos historias que interesan a nuestro público, con una mirada interesante, diferente, sin perder la visión comercial para poder llegar a más gente. Todo documental que se emite en Movistar Plus+ debe partir de la base del rigor y el conocimiento de cada tema. No existen las fórmulas. Nosotros siempre estamos en constante búsqueda de nuevas voces al mismo tiempo que apostamos por los creadores y productores con un prestigio consolidado".



En la naturaleza nunca sabemos qué va a ocurrir, no podemos citar a un corzo para grabarle

Nacho Contreras, director del canal Caza y Pesca de Movistar Plus+, analiza en esta entrevista la importancia de la producción propia en televisión o cómo gestionar un canal de nicho.



Nacho Contreras

#Televisión

Nacho Contreras

Director del canal Caza y Pesca de Movistar Plus+

08/05/2025

Háblanos un poco de ti. ¿En qué consiste tu trabajo en Telefónica?

Llevo 10 años en la empresa, concretamente desde el año 2015 cuando Telefónica y Canal Plus se unieron para convertirse en Movistar Plus.

Mi trabajo empezó hace ya 30 años en Canal Plus, vengo de familia televisiva. Mi abuelo fue uno de los primeros realizadores de RTVE, mi padre reportero gráfico y posteriormente director de "Jara y Sedal" y yo, tras estudiar Comunicación Audiovisual me embarqué en Canal Caza y Pesca, hasta la fecha.

Siempre he sido realizador, sigo siéndolo, lo considero mi profesión, aunque llevo la dirección del canal desde 2018. El trabajo de líder en un canal de TV es apasionante, exigente y extremadamente impredecible, mas aun tratándose de un canal especializado en naturaleza.

Un partido de fútbol sabes cuándo y dónde es, una entrevista se puede agendar, y la mayoría de los formatos televisivos se planifican reduciendo la improvisación a prácticamente cero.

En naturaleza nunca sabemos qué va a ocurrir, no podemos citar a un corzo para grabarle, y no sabemos nunca qué se esconde bajo el agua, por eso estamos acostumbrados a la incertidumbre y a las jornadas eternas en condiciones extremas y lugares maravillosamente hostiles.

En realidad, tiene bastante paralelismo con el mundo empresarial, no deja de ser una selva con cazadores, presas, decepciones y alegrías, prácticamente a diario, supervivencia pura y dura en la que es fundamental la paciencia, la adaptación al medio, en este caso de comunicación, y una buena mochila de skills que te saquen de los apuros y te permitan reaccionar a tiempo en un entorno poco predecible.

¿Cuál es la importancia de la producción propia en la televisión en general?

La producción propia es vital.. La TV es un espejo de la sociedad y para empatizar con el espectador hay que proponerle formatos e historias con las que se sienta identificado.

Las grandes empresas americanas tienen una capacidad infinita de generar contenidos, y su principal arma es la producción masiva de programas, series y, últimamente, cine que nace desde la propia TV.

Otras plataformas son como el fast foo audiovisual. Movistar Plus+ es ese restaurante al que vas con los amigos o la familia no solo a comer rico, sino a charlar, reírte y ponerte al día de tus vivencias.

Dudo mucho que nadie se acuerde de El juego del calamar de aquí a dos años, pero La Mesías, Celeste o Gigantes seguirán comentándose por muchos años, porque reflejan historias cercanas en las que podríamos estar involucrados cualquiera d nosotros.

En el deporte ocurre lo mismo, nadie seguía la UFC hasta que llegó Topuria, y ahora es tendencia todas las semanas. Lo local siempre es más emotivo y profundo, y perdura, por eso es una apuesta ganadora invertir en producción propia.

¿Y en el canal Caza y pesca en particular?

Es un espejo de lo que hablábamos antes. Nuestros comienzos fueron en un canal francés llamado Seasons. Todo el contenido era europeo y americano, muy bueno la verdad, pero no llegaba a las audiencias esperadas.

Propusimos a la productora crear una pequeña ventana local con un Magazine y un informativo grabados en nuestros platós de la Agencia EFE, y solo con esos dos programas el canal empezó a remontar, poco a poco fuimos produciendo reportajes de caza, pesca y naturaleza en España, hasta tal punto que nos convertimos en autosuficientes, y Canal Plus decidió crear Canal Caza y Pesca en 2003 desvinculándonos de Seasons.

En 2005 alcanzamos una cifra de 100.000 suscriptores de pago con una programación del 50% de producción propia y el resto ajena. Hoy en día estamos aproximadamente en un 70% de producción propia.

Tenemos más de 50 productoras grabando a diario por toda España y el mundo entero, y nuestra tasa de estrenos está por encima de los 400 programas anuales, más de uno al día. Sin duda es un caso de éxito que un canal temático sobreviva mas de 20 años, y apostar por la producción propia es el uno de los motivos.

¿Cómo convive un canal de nicho con otros más mayoritarios en una misma plataforma televisiva?

Somos un canal Life Style, a mí me gusta llamarlo un canal de Frikis, cuyo significado literal es "Persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición".

La caza y la pesca perdura en nuestro ADN, es parte de nuestra especie y aunque es verdad que en muchos de nosotros puede estar dormido o conscientemente lo bloqueemos por ideologías, educación o tendencias, al final muchas probabilidades de que quien lo pruebe... se enganche.

No importa que haga frío, calor o que tengamos que viajar durante horas, no importa ni siquiera que fracasemos en nuestras jornadas de campo, disfrutamos igualmente. Es algo visceral y atávico, es una conexión con la naturaleza que va más allá de la mera observación, pero cuando no estamos en el campo... sufrimos, y un canal que nos recuerde nuestra pasión a diario y además nos enseñe a practicarla de forma sostenible y conservacionista.

Los medios de comunicación de nicho, siempre y cuando se dimensionen en su justa medida en presupuestos y notoriedad, son una apuesta segura, aquí y en todo el mundo audiovisual.

¿Qué relevancia tienen las nuevas tecnologías en la producción de contenidos televisivos relacionados con la naturaleza?

La grabación en naturaleza es muy complicada. Requiere de una dedicación y un esfuerzo muy superior al resto de contenidos. Nosotros no sabemos cuándo va a suceder lo que tenemos que comunicar, no hay

un horario, un calendario que nos ayude a planificarnos, y es muy habitual perder muchas jornadas de grabación sin obtener ni un solo plano.

Por eso nos tenemos que dotar muchas veces de tecnología que nos ayude a optimizar nuestras oportunidades. Actualmente estamos emitiendo un documental maravilloso y muy premiado, "El bosque de Pardomino".

En este documental casi el 90% de las imágenes han sido grabadas con cámaras trampa, infrarrojos, detectores de movimiento y drones. La conectividad en estas ocasiones es fundamental, algunas de estas cámaras pueden estar monitorizadas e incluso controladas desde casa por conexiones 5G.

Sin esta conectividad nuestro trabajo sería mucho más difícil. Gracias a la gran cobertura que tenemos hoy en día en la península ibérica podemos hacer cosas que antes eran impensables. Otro ejemplo de tecnología punta en nuestro Canal es la grabación de nuestro informativo "Al Acecho" en un decorado virtual que simula escenarios hiperrealistas de entornos naturales y salvajes. Creo que somos los primeros en diseñar un decorado de televisión con la tecnología Unreal, la misma que se usa en los videojuegos más punteros del momento.

¿Qué papel juegan las redes sociales en la difusión de contenidos de plataformas televisivas de pago?

Somos un canal de nicho, y para llegar a nuestra comunidad necesitamos ser muy activos en RRSS. La comunicación de nuestros contenidos de estreno, la actualidad, y la conectividad con nuestra programación, especialmente bajo demanda, no sería efectiva sin la ayuda de las RRSS.

Por otra parte, tenemos la gran suerte de contar con una red magnífica de influencers que nos dan cobertura a diario. Desde los comienzos de esta nueva etapa del canal, la etapa #indomable, tenía clara la necesidad de vincular RRSS y TV. Creo que ha sido el secreto de nuestro éxito, ofrecer a nuestros #indomables influencers la oportunidad de dar el salto a la tv, creando con ellos contenidos y series que se emiten día a día en Canal Caza y Pesca,. De esta forma su grado de implicación es enorme y continuo.

Si ellos crecen crecemos nosotros y viceversa. En realidad, las RRSS existen desde que el hombre es hombre, o como dicen los zulús, "Ubuntu": Yo soy porque nosotros somos, y dado que somos, entonces yo soy".

¿A qué personas que trabajan en Telefónica nominas para esta entrevista que consideres excelente en su trabajo?

A todo mi equipo y a todos y cada uno de los departamentos que nos dan soporte en Movistar Plus + y que han creído en nosotros y en nuestro proyecto #indomable.

EL PAÍS

LA LIGA

La Confederación de Trabajadores de Cataluña anuncia una huelga en Mediapro para las tres últimas jornadas de Liga

- El sindicato denuncia que la empresa suiza HBS, la nueva adjudicataria de la producción de La Liga, “no garantiza la subrogación de los trabajadores”



El País Madrid - 08 MAY 2025 - 16:52 CEST

La retransmisión de las tres últimas jornadas de la Liga está en vilo después de que la Confederación de Trabajadores de Cataluña (CGT) anunciara este jueves una huelga en Mediapro, empresa encargada de retransmitir los partidos de fútbol en España, desde el 14 al 27 de mayo. El motivo de este parón se debe a que HBS, la nueva productora que dará los partidos a partir de la próxima campaña durante cinco años, “no garantiza la subrogación de los trabajadores, lo que genera una gran inestabilidad laboral en toda la plantilla”, según dice el comunicado emitido por el sindicato.

“Unos 800 trabajadores y trabajadoras de las diferentes empresas de Mediapro encargadas de la retransmisión de La Liga EA Sports y La Liga Hypermotion están convocados a hacer huelga en las últimas jornadas de los campeonatos”.

Esta huelga será del 14 al 27 de mayo y coincide con las tres últimas jornadas de la Liga, así como a las dos últimas de la Segunda División. Desde la CGT informan que los trabajadores quieren “un documento firmado y vinculante antes de que acabe la Liga, donde se asegure que no se perderán condiciones ni derechos adquiridos”. Además, solicitan “que se garantice que no se hará un ERE de aquellos que no sean subrogados y se queden trabajando en las empresas del grupo Mediapro”.

Los trabajadores que están convocados a realizar la huelga son los encargados de la producción, realización y retransmisión de los partidos, así como el montaje, desmontaje y transporte de los equipos audiovisuales que se utilizan para las retransmisiones.

“No podemos aceptar que HBS, que moverá una gran cantidad de dinero con La Liga, sea incapaz de asegurar el trabajo a las más de 800 personas que trabajan”, denuncian desde la CGT. Además, apuntan también a Mediapro: “Durante años han hecho un gran negocio a expensas de la precariedad de los trabajadores, a día de hoy hay operadores de cámara que cobran 150 euros brutos por partido, lo mismo que se cobraba hace 20 años”.

La CGT también denuncian que “todavía existe un número importante de trabajadores y trabajadoras en unas situaciones muy precarias e inestables, con unos contratos fijos discontinuos en modalidad intermitente que en muchos casos se encuentran al margen de la legalidad”.

elPeriódico

Conflictos laborales entre los realizadores

Huelga en Mediapro: las tres últimas jornadas de La Liga pueden no verse por televisión

La CGT registra paros durante los últimos partidos de la competición, en los que Barça y Madrid se juegan el campeonato



Lamine Yamal supera a Mendy en el clásico Madrid-Barça del Bernabéu.

Gabriel Ubieto Barcelon a08 MAY 2025 13:13

Los telespectadores pueden tener problemas para ver el desenlace de La Liga y disfrutar de cómo Barça y Madrid se acaban de disputar el campeonato. El sindicato CGT ha convocado huelga en una de las empresas del grupo Mediapro encargadas de las retransmisiones de los partidos, Eumovil. Una compañía que aglutina a 450 trabajadores encargados de las unidades móviles que se desplazan a los estadios para garantizar que los contenidos llegan luego a los estudios centrales, para luego proyectarse en los televisores.

Los trabajadores denuncian que la nueva empresa que sustituirá a Mediapro a partir de la próxima temporada, la suiza HBS, no les ha dado garantías de que les mantendrá las condiciones que tienen actualmente y por ello van a la huelga. Es decir, quieren seguir trabajando en las mismas condiciones y con los mismos

derechos que tenían hasta ahora, al margen de si se produce una subrogación a HBS o el mecanismo legal que Mediapro pacte con la misma una vez en las próximas semanas deje de tener los derechos de explotación televisivos de la competición. Desde otros sindicatos con representación dentro del grupo empresarial Mediapro han estado ultimando sus propias convocatorias de paros durante el desenlace de La Liga.

"Intentaremos alcanzar un acuerdo con los trabajadores para evitar la huelga y que la subrogación a la nueva empresa se produzca en las condiciones pactadas en el convenio colectivo. Si la huelga llega a producirse, intentaremos que tenga el mínimo efecto sobre nuestros clientes", afirman fuentes consultadas de Mediapro.

La huelga será efectiva del 14 al 27 de mayo, de forma que puede afectar las jornadas 36, 37 y 38 de La Liga, las últimas tres del campeonato; así como las jornadas 40 y 41 de la segunda división masculina. Es decir, el Clásico de este próximo sábado no corre peligro para los telespectadores pero el resto de la competición, si no hay acuerdo previo entre las partes, sí puede verse afectado por el conflicto laboral.

"No podemos aceptar que HBS, que moverá una gran cantidad de dinero con La Liga, sea incapaz de asegurar el trabajo a las más de 800 personas que trabajan", han denunciado desde la CGT. Desde el sindicato también han aprovechado para criticar a Mediapro por su gestión durante estos últimos años. "Durante años han hecho un gran negocio a expensas de la precariedad de los trabajadores, a día de hoy hay operadores de cámara que cobran 150 euros brutos por partido, lo mismo que se cobraba hace 20 años", han añadido desde la central.

Desde La Liga están seguros de que los partidos se jugarán esos días y serán retransmitidos, informa Sergio R. Viñas.

Los trabajadores de Mediapro convocan una huelga que coincidirá con las tres últimas jornadas de LaLiga

La plantilla exige garantías de continuidad después de que el grupo mediático perdiera los derechos de retransmisión de la competición a partir de la temporada que viene y, por lo menos, durante cinco años



Sandra Vicente 8 de mayo de 2025

Los trabajadores que trabajan en las diferentes empresas de Mediapro encargados de las retransmisiones de LaLiga están llamados a una huelga desde el 14 al 27 de mayo, lo que coincidirá con las tres últimas jornadas de la competición. Los trabajadores exigen “soluciones urgentes” y garantías de continuidad laboral después de que la entidad que preside Javier Tebas anunciara que prescindirá de Mediapro para televisar los partidos de la competición a partir de la temporada que viene y durante, al menos, cinco años.

Los diferentes sindicatos han llamado al paro en diversas de las empresas que conforman el grupo mediático, lo que afectaría a la retransmisión de partidos como el Barça-Espanyol, el Real Madrid-Sevilla, el Girona-Atlético o el Valencia-Athletic, así como a otros encuentros de Segunda División y la liga Hypermotion.

Los representantes de la plantilla demandan “claridad” sobre lo que sucederá los próximos meses y exigen una reunión conjunta que cuente con la participación de LaLiga, Mediapro y de las dos empresas que han conseguido los derechos de producción: HBS y Telefónica.

La suiza Host Broadcast Services se ha adjudicado tres de los cinco bloques ofertados, mientras que el cuarto irá para Telefónica y el quinto lo gestionará la propia Liga. Los trabajadores denuncian que las nuevas adjudicatarias no garantizan la subrogación de los trabajadores, cosa que genera “gran inestabilidad laboral en toda la plantilla”.

Desde la CGT exigen un documento firmado y vinculante antes de que acabe la competición, en el que se asegure que no perderán condiciones ni derechos y se garantice que no se hará un ERE de quienes no estén subrogados. “No podemos aceptar que HBS, que moverá una gran cantidad de dinero con LaLiga, sea incapaz de asegurar el trabajo a las personas”, denuncian desde el sindicato.

La CGT ha registrado la convocatoria en la empresa Sociedad Europea de Unidades Móviles, SLU, más conocida como Eumovil, que aglutina a 450 de los cerca de 800 trabajadores dedicados a las retransmisiones deportivas. También se ha sumado a la convocatoria la CNT, que la ha registrado para las tres empresas con base en Barcelona y también afectadas por el cambio de adjudicación.

La decisión de prescindir de los servicios de Mediapro, según LaLiga, se ha basado en un análisis comparativo riguroso de todas las ofertas presentadas, con el objetivo de seleccionar la opción más adecuada para cada bloque y asegurar una adjudicación alineada con los objetivos y necesidades específicas de LaLiga“.

El grupo Mediapro discrepa por completo del resultado de esta adjudicación. La productora ve “inaudito” que La Liga “se haya decantado por una oferta más cara y por un proveedor suizo que no dispone ni de un solo medio técnico en España ni tiene ninguna experiencia en la producción televisiva de una competición como LaLiga, que se despliega a lo largo de toda una temporada”.

MARCA

LaLiga EA Sports

Huelga en Mediapro: peligra la retransmisión de las últimas tres jornadas ligueras

CCOO y UGT convocan una huelga a nivel estatal en la productora audiovisual aunque desde LaLiga están seguros de que los partidos se retransmitirán



C.F. 08/05/2025 - 16:48CEST

Los sindicatos CCOO y UGT convocan huelga en Mediapro a nivel estatal a partir del miércoles 14 de mayo. Una huelga que podría afectar a la retransmisión televisiva de las últimas tres jornadas ligueras.

El sindicato CNT convoca por su parte la huelga en Barcelona desde el martes 13. El comunicado de CNT anuncia la convocatoria de huelga en las empresas Grup Mediapro, Globomedia y Servicios Audiovisuales Overon, afectando al centro de trabajo ubicado en Avenida Diagonal 177 de Barcelona, coincidiendo con las tres últimas jornadas de LaLiga EA Sports.

Según el comunicado de CNT, "la convocatoria de huelga pone en jaque la cobertura audiovisual de los últimos y decisivos encuentros de LaLiga, justo cuando se define el campeonato. Desde el sindicato se hace un llamamiento a Mediapro, LaLiga, HBS y Telefónica Servicios Audiovisuales para asumir responsabilidades y garantizar los derechos de las personas que han sido clave en el éxito del espectáculo futbolístico en los últimos años".

Desde los sindicatos denuncian "la falta de garantías" por el cambio de proveedor y como refleja el comunicado de CNT realizan una serie de demandas como la "transformación de contratos temporales en fijos, el reconocimiento íntegro de la antigüedad laboral, la garantía total de continuidad laboral y el mantenimiento de todas las condiciones laborales actuales".

Fuentes de Mediapro han explicado a la agencia EFE que intentarán llegar a un acuerdo con los trabajadores para evitar la huelga y que la subrogación de los puestos de trabajo a la nueva empresa se cumpla en las condiciones pactadas en el convenio colectivo del sector audiovisual. Asimismo, las mismas fuentes han apuntado que, de producirse el paro, la empresa trabajará para que éste tenga "la mínima afectación posible" a sus clientes.

Fuentes de LaLiga aseguran que los encuentros de las últimas tres jornadas se disputarán en las fechas correspondientes y no habrá problema para la retransmisión de los mismos.

Comunicado íntegro del sindicato CNT

El sindicato CNT Barcelona ha anunciado hoy la convocatoria de huelga en las empresas Grup Mediapro, Globomedia y Servicios Audiovisuales Overon, afectando al centro de trabajo ubicado en Avenida Diagonal 177 de Barcelona, coincidiendo con las tres últimas jornadas de LaLiga FA Sports.

La protesta surge tras la decisión de LaLiga de ceder los derechos de producción audiovisual a la empresa HBS (Host Broadcast Services), lo que ha dejado en el aire la continuidad laboral de decenas de profesionales técnicos que han sostenido durante años la retransmisión del campeonato.

Desde CNT denuncian la falta de garantías ante este cambio de proveedor y reclaman medidas urgentes y justas ante un panorama de precariedad e incertidumbre.

Las principales demandas del colectivo son:

Transformación de contratos temporales en fijos, poniendo fin a años de precariedad estructural.

Reconocimiento íntegro de la antigüedad laboral, desde el primer contrato sin excepciones.

Garantía total de continuidad laboral, ya sea vía subrogación u otro mecanismo legal.

La convocatoria de huelga pone en jaque la cobertura audiovisual de los últimos y decisivos encuentros de LaLiga, justo cuando se define el campeonato. Desde el sindicato se hace un llamamiento a Mediapro, LaLiga, HBS y Telefónica Servicios Audiovisuales para asumir responsabilidades y garantizar los derechos de las personas que han sido clave en el éxito del espectáculo futbolístico en los últimos años.

Barcelona, 7 de mayo de 2025 — El sindicato CNT Barcelona ha anunciado hoy la convocatoria de huelga en las empresas **Grup Mediapro, Globomedia y Servicios Audiovisuales Overon**, afectando al centro de trabajo ubicado en Avenida Diagonal 177 de Barcelona, coincidiendo con las tres últimas jornadas de **LaLiga EA Sports**.

La protesta surge tras la decisión de **LaLiga** de ceder los derechos de producción audiovisual a la empresa **HBS (Host Broadcast Services)**, lo que ha dejado en el aire la continuidad laboral de decenas de profesionales técnicos que han sostenido durante años la retransmisión del campeonato.

Desde CNT denuncian la **falta de garantías** ante este cambio de proveedor y reclama medidas urgentes y justas ante un panorama de **precariedad e incertidumbre**.

Las principales demandas del colectivo son:

- **Transformación de contratos temporales en fijos**, poniendo fin a años de precariedad estructural.
- **Reconocimiento íntegro de la antigüedad laboral**, desde el primer contrato sin excepciones.
- **Garantía total de continuidad laboral**, ya sea vía subrogación u otro mecanismo legal.
- **Mantenimiento de todas las condiciones laborales actuales**, incluidos salarios, categorías profesionales y pactos extraestatutarios.

La convocatoria de huelga pone en jaque la cobertura audiovisual de los últimos y decisivos encuentros de LaLiga, justo cuando se define el campeonato. Desde el sindicato se hace un llamamiento a Mediapro, LaLiga, HBS y Telefónica Servicios Audiovisuales para asumir responsabilidades y garantizar los derechos de las personas que han sido clave en el éxito del espectáculo futbolístico en los últimos años.



EL PAÍS

DOCUMENTALES

Movistar+ estrena un documental en el que 'Los Javis' homenajean a Almodóvar

La serie de tres capítulos, centrada en una conversación entre los tres directores, llegará en junio a la plataforma con la participación de personalidades como Penélope Cruz, Antonio Banderas o Alberto Iglesias



Javier Calvo, Pedro Almodóvar y Javier Ambrossi en una imagen del documental

EL PAÍS 08 MAY 2025 - 18:07 CEST

Pedro Almodóvar siempre ha sido un referente importante para Javier Calvo y Javier Ambrossi. Los dos directores españoles han convertido la admiración que sienten por él en Pedro x Javis, una serie documental de tres capítulos que estrenará Movistar+ en junio, según ha informado la plataforma en un comunicado difundido este jueves, y que tiene como base una larga charla entre los tres directores. Se trata de un homenaje particular de Los Javis que pretende recorrer la filmografía y vida del celebre creador manchego y que promete "confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas" del ganador de dos Oscar y cinco Goya. El propio Almodóvar lo reconoce en la nota de prensa: "Creo que he hablado demasiado".

“Es un privilegio haber desarrollado este proyecto, gracias al cual hemos podido compartir muchas horas con Pedro. Todo el tiempo a su lado ha sido un aprendizaje y un honor. Es un homenaje muy especial al director que más nos ha influenciado”, cuentan Los Javis que además de conducir, producen el documental, el primer proyecto de entretenimiento de Suma Content, su productora creada en 2021. “Nuestros universos se mezclan en un formato que aúna lo que más nos gusta de la televisión y del cine”, terminan.

Además de la presencia de los tres directores, por las imágenes de Pedro x Javis desfilarán algunas de las actrices imprescindibles en la filmografía de Almodóvar. Calvo y Ambrossi charlan con Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Bibiana Fernández, Loles León, Carmen Machi, Lola Dueñas y Leonor Watling. También comparten confidencias con Antonio Banderas, actor central en su cine, así como con colaboradores tan cercanos como Agustín Almodóvar, Esther García, José Luis Alcaine o Alberto Iglesias. Además, el homenaje incluye la interpretación en directo de algunas de las canciones de las películas de Almodóvar interpretadas por Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Luz Casal, Albert Pla, Raül Refree o el propio Banderas.



Pedro Almodóvar y 'Los Javis', en una imagen del documental 'Pedro x Javis', de Movistar+

Brays Efe y Paloma Rando —colaboradora de este diario— firman el guion, Mendo codirige, Uri Barcelona está a cargo de la fotografía y Domingo Corral, Pilar Robla y Custodio Pastor son los productores ejecutivos.

Despedida de Domingo Corral

La película es uno de los últimos proyectos de Domingo Corral, el ya exdirector de Ficción y Entretenimiento de Movistar+, despedido la semana pasada, después de cerca de una década en el cargo. “Me atrevo a decir que Javier Calvo y Javier Ambrossi se han inventado un formato nuevo, una serie documental que combina el lenguaje del reality televisivo con el cinematográfico; y lo hacen con una mirada dotada de mucha emoción y admiración hacia uno de los más grandes cineastas contemporáneos”, dice Corral sobre el documental ideado y llevado a cabo todavía durante su mandato.

Corral llevaba años como impulsor de proyectos originales en la plataforma digital española de streaming y su despido levantó críticas en el sector. Los propios Ambrossi y Calvo, Almodóvar, Penélope Cruz y otro centenar de personalidades firmaron una carta abierta mostrando su respaldo a la labor del exdirector.



ESPAÑA STREAMING

Los Javis producen documental sobre Pedro Almodóvar para Movistar Plus+

🕒 08/05/2025 Por ttvnews

Movistar Plus+

La serie documental Pedro x Javis, tiene como centro es una larga conversación en profundidad entre los tres directores. Una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Suma Content.

Movistar Plus+ estrenará en junio la serie documental Pedro x Javis, un homenaje a Pedro Almodóvar por Javier Calvo y Javier Ambrossi, creadores de La Mesías, quienes reconocen a Almodóvar como un gran referente.

La serie documental Pedro x Javis, tiene como centro es una larga conversación en profundidad entre los tres directores. Una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Suma Content.

Sus horas de charla cómplice, que se desarrollan en distintos días, hacen aflorar confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas del ganador de dos Oscar, dos Globos de Oro, siete premios de la Academia de Cine Europeo, cinco premios Goya, cinco Bafta y cuatro César, entre otros muchos reconocimientos.

Además, Pedro x Javis cuenta con la participación de actrices imprescindibles en la filmografía de Pedro Almodóvar. Javier Calvo y Javier Ambrossi charlan con Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Bibiana Fernández, Loles León, Carmen Machi, Lola Dueñas y Leonor Watling.

También comparten confidencias con Antonio Banderas, actor central en su cine, así como con colaboradores tan cercanos como Agustín Almodóvar, Esther García, José Luis Alcaine o Alberto Iglesias.

Un homenaje a Pedro Almodóvar que incluye la recreación de momentos icónicos con estrellas invitadas, como Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Luz Casal, Albert Pla, Raül Refree y Antonio Banderas, que interpretan en directo canciones inolvidables de sus películas.

A lo largo de tres episodios, Amigas y madres, Ley y deseo y Muerte y cine, la serie documental Pedro x Javis es un recorrido por la filmografía y vida del manchego más universal.

Ignasi Monreal firma el cartel, los títulos de crédito y los decorados donde se realizan las entrevistas y las actuaciones de Pedro x Javis, que cuentan con mobiliario y piezas de atrezzo originales de las películas del director.

Javier Calvo y Javier Ambrossi son los productores y conductores de Pedro x Javis, una serie documental de cuyo equipo forman parte Brays Efe y Paloma Rando como guionistas, Mendo como codirector, Uri Barcelona como director de fotografía, Celia Cuéllar como montadora, Leila Rodríguez como directora de arte y Álex de Lucas en la dirección musical. Domingo Corral, Pilar Robla y Custodio Pastor son los productores ejecutivos.

Pedro Almodóvar ha declarado sobre este proyecto: «Creo que he hablado demasiado».

Javier Calvo y Javier Ambrossi han compartido: «Es un privilegio haber desarrollado este proyecto, gracias al cual hemos podido compartir muchas horas con Pedro. Todo el tiempo a su lado ha sido un aprendizaje y un honor. Es un homenaje muy especial al director que más nos ha influenciado. En Pedro x Javis. nuestros universos se mezclan en un formato que aúna lo que más nos gusta de la televisión y del cine. Es el primer proyecto de entretenimiento de Suma Content, algo que siempre habíamos querido hacer, y estamos entusiasmados con el resultado».

Domingo Corral se ha referido a la nueva serie documental y sus creadores: «Me atrevo a decir que Javier Calvo y Javier Ambrossi se han inventado un formato nuevo, una serie documental que combina el lenguaje del reality televisivo con el cinematográfico; y lo hacen con una mirada dotada de mucha emoción y admiración hacia uno de los más grandes cineastas contemporáneos: Pedro Almodóvar».

NOTICIA

«Creo que he hablado demasiado»: Almodóvar conversa con Los Javis en una nueva serie documental

Javier Calvo y Javier Ambrossi homenajean a Pedro Almodóvar en 'Pedro x Javis', un recorrido por la filmografía y la vida del director de 'Mujeres al borde de un ataque de nervios' y 'Dolor y gloria'



Javier Calvo, Pedro Almodóvar y Javier Ambrossi, protagonistas de la serie documental 'Pedro x Javis'. ©Movistar Plus+

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

Una nueva serie documental homenajea la filmografía y el universo de Pedro Almodóvar. Se llamará Pedro x Javis y se centrará en una larga conversación entre el propio Almodóvar, Javier Calvo y Javier Ambrossi, Los Javis. Movistar Plus+ anuncia esta nueva producción en la que, a lo largo de tres episodios, los directores de La Mesías abordarán, junto a estrechos colaboradores del cineasta manchego, sus más de 40 años de trayectoria. Movistar fija junio de 2025 como mes de estreno de esta producción de la plataforma realizada en colaboración con Suma Content.

Según la información facilitada a la prensa, Pedro x Javis desvelará «confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas» sobre la filmografía y la vida del ganador de 2 Premios Óscar. Además, Calvo y Ambrossi charlan en la

serie con intérpretes como Penélope Cruz, Antonio Banderas, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Bibiana Fernández, Loles León, Carmen Machi, Lola Dueñas y Leonor Watling, así como con colaboradores estrechos de Almodóvar como su hermano Agustín, Esther García, José Luis Alcaine o Alberto Iglesias.

«Es un privilegio haber desarrollado este proyecto, gracias al cual hemos podido compartir muchas horas con Pedro. Todo el tiempo a su lado ha sido un aprendizaje y un honor. Es un homenaje muy especial al director que más nos ha influenciado», han explicado Ambrossi y Calvo sobre Pedro x Javis, que incluye también la recreación de momentos icónicos con estrellas invitadas, como Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Luz Casal, Albert Pla, Raül Refree y Antonio Banderas, que interpretan en directo canciones inolvidables de sus películas.

Pedro x Javis: «Javier Calvo y Javier Ambrossi se han inventado un formato nuevo»

En Pedro x Javis, que contará con tres episodios llamados Amigas y madres, Ley y deseo y Muerte y cine, los universos del director de Mujeres al borde de un ataque de nervios y Veneno «se mezclan en un formato que aúna lo que más nos gusta de la televisión y del cine», dicen Los Javis, que recalcan que este «es el primer proyecto de entretenimiento de Suma Content, algo que siempre habíamos querido hacer, y estamos entusiasmados con el resultado». «Creo que he hablado demasiado», ha declarado el propio Almodóvar sobre el proyecto.



Pedro Almodóvar, junto a Javier Calvo y Javier Ambrossi en 'Pedro x Javis'.
©Movistar Plus+

Domingo Corral, ya exdirector de Ficción y Entrenimiento de Movistar Plus+, se ha referido a la nueva serie documental y sus creadores: "Me atrevo a decir que Javier Calvo y Javier Ambrossi se han inventado un formato nuevo, una serie documental que combina el lenguaje del reality televisivo con el cinematográfico; y lo hacen con una mirada dotada de mucha emoción y admiración hacia uno de los más grandes cineastas contemporáneos: Pedro Almodóvar».

Ignasi Monreal firma el cartel, los títulos de crédito y los decorados donde se realizan las entrevistas y las actuaciones de esta serie documental sobre Pedro Almodóvar, que además cuenta con mobiliario y piezas de atrezzo originales de las películas del director. Brays Efe y Paloma Rando han sido los guionistas, Mendo ha ejercido como codirector, Uri Barcelona como director de fotografía, Celia Cuéllar como montadora, Leila Alonso como directora de arte y Álex de Lucas se ha encargado de la dirección musical. El propio Domingo Corral, Pilar Robla y Custodio Pastor son los productores ejecutivos.



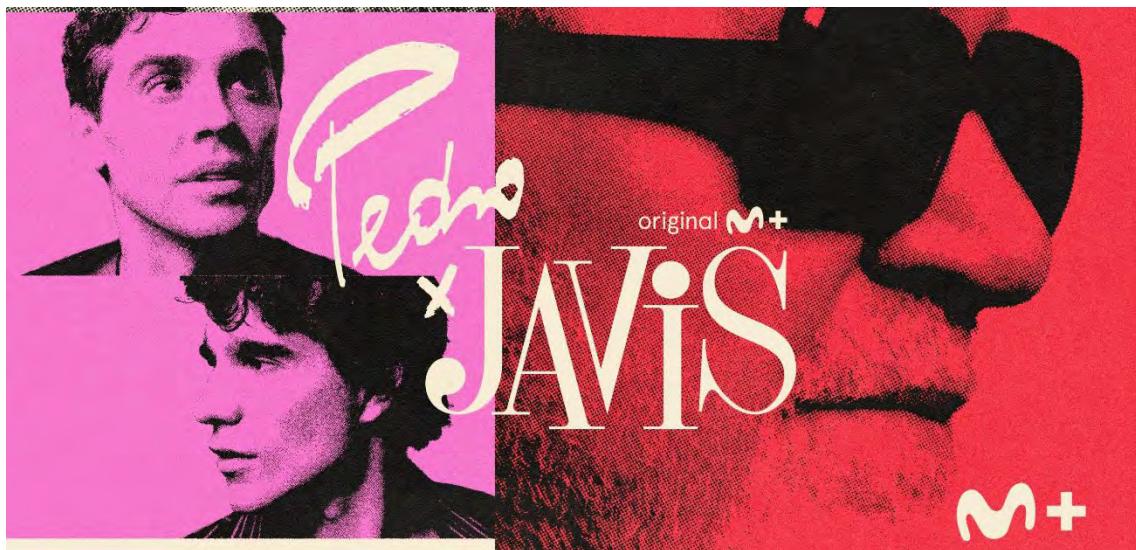
Pedro Almodóvar, junto a Javier Calvo y Javier Ambrossi en 'Pedro x Javis'.
©Movistar Plus+

Pedro x Javis será un nuevo documental sobre el cine y la figura de Pedro Almodóvar, que en los últimos años ha sido objeto de distintos acercamientos y homenajes audiovisuales. Ahí están Almodóvar en La habitación de al lado (2024), Todo sobre Almodóvar (2023), Almodóvar y Banderas: Éxito y gloria (2022) y Pongamos que hablo de Almodóvar (2020).



Redacción Cine con N

Mesa de redacción de Cine con N, medio especializado en audiovisual español desde 2019. El trabajo de Cine con N ha sido reconocido con el Premio Nuevos Medios en los I Premios FlixOlé-URJC de Investigación de Cine Español y el Premio Labor Informativa en los Premios ASECAN 2022.



Movistar Plus+ estrenará en junio la serie documental «Pedro x Javis»

8 de mayo de 2025

Un homenaje a Pedro Almodóvar creado por Javier Calvo y Javier Ambrossi

Pedro Almodóvar, el director español más reconocido internacionalmente, ha marcado a espectadores de todo el mundo de diversas generaciones a lo largo de sus más de 40 años de trayectoria. Entre ellos, a Javier Calvo y Javier Ambrossi. El cineasta es un referente absoluto para los creadores de La Mesías.

De esa admiración nace la serie documental Pedro x Javis, cuyo centro es una larga conversación en profundidad entre los tres directores.

Sus horas de charla cómplice, que se desarrollan en distintos días, hacen aflorar confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas del ganador de dos Oscar, dos Globos de Oro, siete premios de la Academia de Cine Europeo, cinco premios Goya, cinco Bafta y cuatro César, entre otros muchos reconocimientos.

Además, Pedro x Javis cuenta con la participación de actrices imprescindibles en la filmografía de Pedro Almodóvar. Javier Calvo y Javier Ambrossi charlan con Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Bibiana Fernández, Loles León, Carmen Machi, Lola Dueñas y Leonor Watling. También comparten

confidencias con Antonio Banderas, actor central en su cine, así como con colaboradores tan cercanos como Agustín Almodóvar, Esther García, José Luis Alcaine o Alberto Iglesias.

Un homenaje a Pedro Almodóvar que incluye la recreación de momentos icónicos con estrellas invitadas, como Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Luz Casal, Albert Pla, Raül Refree y Antonio Banderas, que interpretan en directo canciones inolvidables de sus películas.

A lo largo de tres episodios, Amigas y madres, Ley y deseo y Muerte y cine, la serie documental Pedro x Javis es un recorrido por la filmografía y vida del manchego más universal.

Ignasi Monreal firma el cartel, los títulos de crédito y los decorados donde se realizan las entrevistas y las actuaciones de Pedro x Javis, que cuentan con mobiliario y piezas de atrezzo originales de las películas del director.

Javier Calvo y Javier Ambrossi son los productores y conductores de Pedro x Javis, una serie documental de cuyo equipo forman parte Brays Efe y Paloma Rando como guionistas, Mendo como codirector, Uri Barcelona como director de fotografía, Celia Cuéllar como montadora, Leila Alonsocomo directora de arte y Álex de Lucas en la dirección musical. Domingo Corral, Pilar Robla y Custodio Pastor son los productores ejecutivos.

Pedro Almodóvar ha declarado sobre este proyecto: «Creo que he hablado demasiado».

Javier Calvo y Javier Ambrossi han compartido: "Es un privilegio haber desarrollado este proyecto, gracias al cual hemos podido compartir muchas horas con Pedro. Todo el tiempo a su lado ha sido un aprendizaje y un honor. Es un homenaje muy especial al director que más nos ha influenciado. En 'Pedro x Javis' nuestros universos se mezclan en un formato que aúna lo que más nos gusta de la televisión y del cine. Es el primer proyecto de entretenimiento de Suma Content, algo que siempre habíamos querido hacer, y estamos entusiasmados con el resultado".

Domingo Corral se ha referido a la nueva serie documental y sus creadores: "Me atrevo a decir que Javier Calvo y Javier Ambrossi se han inventado un formato nuevo, una serie documental que combina el lenguaje del reality televisivo con el cinematográfico; y lo hacen con una mirada dotada de mucha emoción y admiración hacia uno de los más grandes cineastas contemporáneos: Pedro Almodóvar".

Una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Suma Content.

Los Javis llevan a un documental su admiración por Pedro Almodóvar

Las horas de conversación entre las partes hacen aflorar confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas del ganador de dos Oscar en 'Pedro x Javis'



Los Javis y su nuevo hogarRevista Ad/Pablo Zamora

La Razón@larazon_es Creada: 09.05.2025

La admiración que Javier Calvo y Javier Ambrossi sienten por Pedro Almodóvar se ha convertido en un documental que se estrenará en junio en Movistar Plus+, como ha informado la plataforma por medio de un comunicado de prensa.

'Pedro x Javis' es el título de este trabajo que condensa el fértil diálogo que los tres creadores tuvieron para dar luego forma al documental.

Señala la plataforma al respecto: "Sus horas de charla cómplice, que se desarrollan en distintos días, hacen aflorar confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas del ganador de dos Oscar, dos Globos de Oro, siete premios de la Academia de Cine Europeo, cinco premios Goya, cinco Bafta y cuatro César, entre otros muchos reconocimientos".

Los Javis, creadores de la serie 'La mesías' y de la más reciente 'Mariliendre', han podido hacer realidad uno de sus sueños: conocer a unos de sus "referentes absolutos", en palabras de la plataforma de televisión de pago.

Han contado con la participación de figuras del cine español que son parte de su historia como Penélope Cruz, Carmen Machi, Lola Dueñas, Julieta Serrano o Antonio Banderas. Igualmente, colaboradores habituales del cineasta manchego como el músico Alberto Iglesias, el director de fotografía José Alcaine o su hermano, el productor Agustín Almodóvar, dan testimonio y deslizan algunas confidencias.

Pero no son los únicos iconos que aparecerán en el documental. Las cantantes Amaia, Nathy Peluso o Luz Casal intervienen interpretando algunos de los temas musicales más conocidos de la filmografía del autor de 'Mujeres al borde de un ataque de nervios' o 'Todo sobre mi madre'.

Avanza la plataforma, además, que este documental estructurado en tres episodios muestra la escenografía reconocible de las películas de Almodóvar, por lo que podrán verse elementos de 'atrezzo' de algunos de sus trabajos.

DOCUMENTALES

La admiración de Pedro Almodóvar y Los Javis se convertirá en documental el próximo junio

- Los creadores de la serie 'La mesías' y 'Mariliendre', han podido hacer realidad uno de sus sueños, conocer a unos de sus "referentes absolutos"
- El documental de tres episodios 'Pedro x Javis' se estrenará en el mes de junio en Movistar+



Javier Calvo y Javier Ambrossi con el director de cine Pedro Almodóvar en un cine Movistar+

InfoLibre 8 de mayo de 2025 15:32h @_infolibre

La admiración que Javier Calvo y Javier Ambrossi sienten por Pedro Almodóvar se ha convertido en un documental que se estrenará en junio en Movistar Plus+, informa la plataforma por medio de un comunicado de prensa, recoge EFE. Pedro x Javis es el título de este trabajo que condensa el fértil diálogo que los tres creadores tuvieron para dar luego forma al documental.

Señala Movistar Plus + al respecto: "Sus horas de charla cómplice, que se desarrollan en distintos días, hacen aflorar confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas del ganador de dos Óscar, dos Globos de Oro, siete premios de la Academia de Cine Europeo, cinco premios Goya, cinco Bafta y cuatro César, entre otros muchos reconocimientos".

Los Javis, creadores de la serie *La mesías* y de la más reciente *Mariliendre*, han podido hacer realidad uno de sus sueños: conocer a unos de sus "referentes absolutos", en palabras de la plataforma de televisión de pago.

Han contado con la participación de figuras del cine español que son parte de su historia como Penélope Cruz, Carmen Machi, Lola Dueñas, Julieta Serrano o Antonio Banderas. Igualmente, colaboradores habituales del cineasta manchego como el músico Alberto Iglesias, el director de fotografía José Alcaine o su hermano, el productor Agustín Almodóvar, dan testimonio y deslizan algunas confidencias.

Pero no son los únicos iconos que aparecerán en el documental. Las cantantes Amaia, Nathy Peluso o Luz Casal intervienen interpretando algunos de los temas musicales más conocidos de la filmografía del autor de '*Mujeres al borde de un ataque de nervios*' o '*Todo sobre mi madre*'.

Avanza la plataforma, además, que este documental estructurado en tres episodios muestra la escenografía reconocible de las películas de Almodóvar, por lo que podrán verse elementos de '*atrezzo*' de algunos de sus trabajos.

TS Los Lunes Seriéfilos

[Noticias] 'Pedro x Javis': El homenaje más íntimo a Pedro Almodóvar by Los Javis

Mario Cerdeño Salinero 08 mayo, 2025



Una serie documental que une generaciones, íconos del cine y estrellas musicales para celebrar al genio manchego como nunca antes

Pedro Almodóvar, el director español más aclamado internacionalmente, vuelve a brillar con fuerza en el centro de 'Pedro x Javis', una serie documental vibrante creada por Javier Calvo y Javier Ambrossi. Más que un tributo, es una conversación profunda, emotiva y sin filtros con el cineasta que ha marcado a generaciones de espectadores.

A lo largo de tres episodios, 'Pedro x Javis' desvela confesiones nunca antes escuchadas, recuerdos personales y reflexiones del ganador de 2 premios Oscar, 7 premios de la Academia de Cine Europeo, 5 Goya, 2 Globos de Oro, 4 César, entre muchos otros galardones. Un retrato íntimo de una leyenda viva del cine.

El documental incluye charlas reveladoras con las actrices que han dado alma a su filmografía: Penélope Cruz, Rossy de Palma, Julieta Serrano, Bibiana Fernández, Loles León, Carmen Machi, Lola Dueñas y Leonor Watling. También aparece Antonio Banderas, rostro clave del universo almodovariano, junto a colaboradores como Agustín Almodóvar, Esther García, José Luis Alcaine y Alberto Iglesias.

Un festín musical con estrellas actuales

'Pedro x Javis' no solo se ve, también se escucha con el alma. Artistas como Amaia, Nathy Peluso, Luz Casal, Guitarricadelafuente, Albert Pla, Raül Refree y Antonio Banderas interpretan canciones icónicas de las películas de Pedro en actuaciones en directo que mezclan emoción y arte.

Cada entrevista y actuación se desarrolla en decorados diseñados por Ignasi Monreal, con mobiliario original de las películas del cineasta. El resultado de 'Pedro x Javis' es una experiencia visual que mezcla lo cinematográfico con lo televisivo, creando un nuevo lenguaje documental.

Un equipo creativo de lujo

Detrás de 'Pedro x Javis' está un equipo artístico de primer nivel:

- Guionistas: Brays Efe y Paloma Rando
- Codirección: Mendo
- Fotografía: Uri Barcelona
- Montaje: Celia Cuéllar
- Dirección de arte: Leila Alonso
- Música original: Álex de Lucas

Todo bajo la producción ejecutiva de Domingo Corral, Pilar Robla y Custodio Pastor, y con el respaldo de Movistar Plus+ y Suma Content.

Lo que dicen los protagonistas de 'Pedro x Javis'

- Pedro Almodóvar lo resume con su habitual ironía: "Creo que he hablado demasiado".
- Mientras que los Javis confiesan: "Es un homenaje muy especial al director que más nos ha influenciado. En 'Pedro x Javis' nuestros universos se mezclan".
- Domingo Corral añade: "Han creado un formato nuevo que fusiona el reality televisivo con el cine, lleno de emoción y admiración".

ALMODÓVAR DOCUMENTAL

Los Javis y Almodóvar, una admiración convertida en documental que se estrenará en junio

Madrid, 8 may (EFE).- La admiración que Javier Calvo y Javier Ambrossi sienten por Pedro Almodóvar se ha convertido en un documental que se estrenará en junio en Movistar Plus +, informa la plataforma por medio de un comunicado de prensa.

'Pedro x Javis' es el título de este trabajo que condensa el fértil diálogo que los tres creadores tuvieron para dar luego forma al documental.

Señala Movistar Plus + al respecto: "Sus horas de charla cómplice, que se desarrollan en distintos días, hacen aflorar confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas del ganador de dos Óscar, dos Globos de Oro, siete premios de la Academia de Cine Europeo, cinco premios Goya, cinco Bafta y cuatro César, entre otros muchos reconocimientos".

Los Javis, creadores de la serie 'La mesías' y de la más reciente 'Mariliendre', han podido hacer realidad uno de sus sueños: conocer a unos de sus "referentes absolutos", en palabras de la plataforma de televisión de pago.

Han contado con la participación de figuras del cine español que son parte de su historia como Penélope Cruz, Carmen Machi, Lola Dueñas, Julieta Serrano o Antonio Banderas. Igualmente, colaboradores habituales del cineasta manchego como el músico Alberto Iglesias, el director de fotografía José Alcaine o su hermano, el productor Agustín Almodóvar, dan testimonio y deslizan algunas confidencias.

Pero no son los únicos iconos que aparecerán en el documental. Las cantantes Amaia, Nathy Peluso o Luz Casal intervienen interpretando algunos de los temas musicales más conocidos de la filmografía del autor de 'Mujeres al borde de un ataque de nervios' o 'Todo sobre mi madre'.

Avanza la plataforma, además, que este documental estructurado en tres episodios muestra la escenografía reconocible de las películas de Almodóvar, por lo que podrán verse elementos de 'atrezzo' de algunos de sus trabajos. EFE

DOCUMENTALES

La admiración de Pedro Almodóvar y Los Javis se convertirá en documental el próximo junio

- Los creadores de la serie 'La mesías' y 'Mariliendre', han podido hacer realidad uno de sus sueños, conocer a unos de sus "referentes absolutos"
- El documental de tres episodios 'Pedro x Javis' se estrenará en el mes de junio en Movistar+



Javier Calvo y Javier Ambrossi con el director de cine Pedro Almodóvar en un cine Movistar+

InfoLibre 8 de mayo de 2025 15:32h @_infolibre

La admiración que Javier Calvo y Javier Ambrossi sienten por Pedro Almodóvar se ha convertido en un documental que se estrenará en junio en Movistar Plus+, informa la plataforma por medio de un comunicado de prensa, recoge EFE. Pedro x Javis es el título de este trabajo que condensa el fértil diálogo que los tres creadores tuvieron para dar luego forma al documental.

Señala Movistar Plus + al respecto: "Sus horas de charla cómplice, que se desarrollan en distintos días, hacen aflorar confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas del ganador de dos Óscar, dos Globos de Oro, siete premios de la Academia de Cine Europeo, cinco premios Goya, cinco Bafta y cuatro César, entre otros muchos reconocimientos".

Los Javis, creadores de la serie *La mesías* y de la más reciente *Mariliendre*, han podido hacer realidad uno de sus sueños: conocer a unos de sus "referentes absolutos", en palabras de la plataforma de televisión de pago.

Han contado con la participación de figuras del cine español que son parte de su historia como Penélope Cruz, Carmen Machi, Lola Dueñas, Julieta Serrano o Antonio Banderas. Igualmente, colaboradores habituales del cineasta manchego como el músico Alberto Iglesias, el director de fotografía José Alcaine o su hermano, el productor Agustín Almodóvar, dan testimonio y deslizan algunas confidencias.

Pero no son los únicos iconos que aparecerán en el documental. Las cantantes Amaia, Nathy Peluso o Luz Casal intervienen interpretando algunos de los temas musicales más conocidos de la filmografía del autor de '*Mujeres al borde de un ataque de nervios*' o '*Todo sobre mi madre*'.

Avanza la plataforma, además, que este documental estructurado en tres episodios muestra la escenografía reconocible de las películas de Almodóvar, por lo que podrán verse elementos de '*atrezzo*' de algunos de sus trabajos.

SHANGAY > ACTUALIDAD

Movistar Plus+ anuncia la serie 'Pedro x Javis', un encuentro muy especial entre Almodóvar, Ambrossi y Calvo

En junio se estrenará 'Pedro x Javis', una serie documental en donde Los Javis se encuentran con Pedro Almodóvar para repasar su vida y obra.

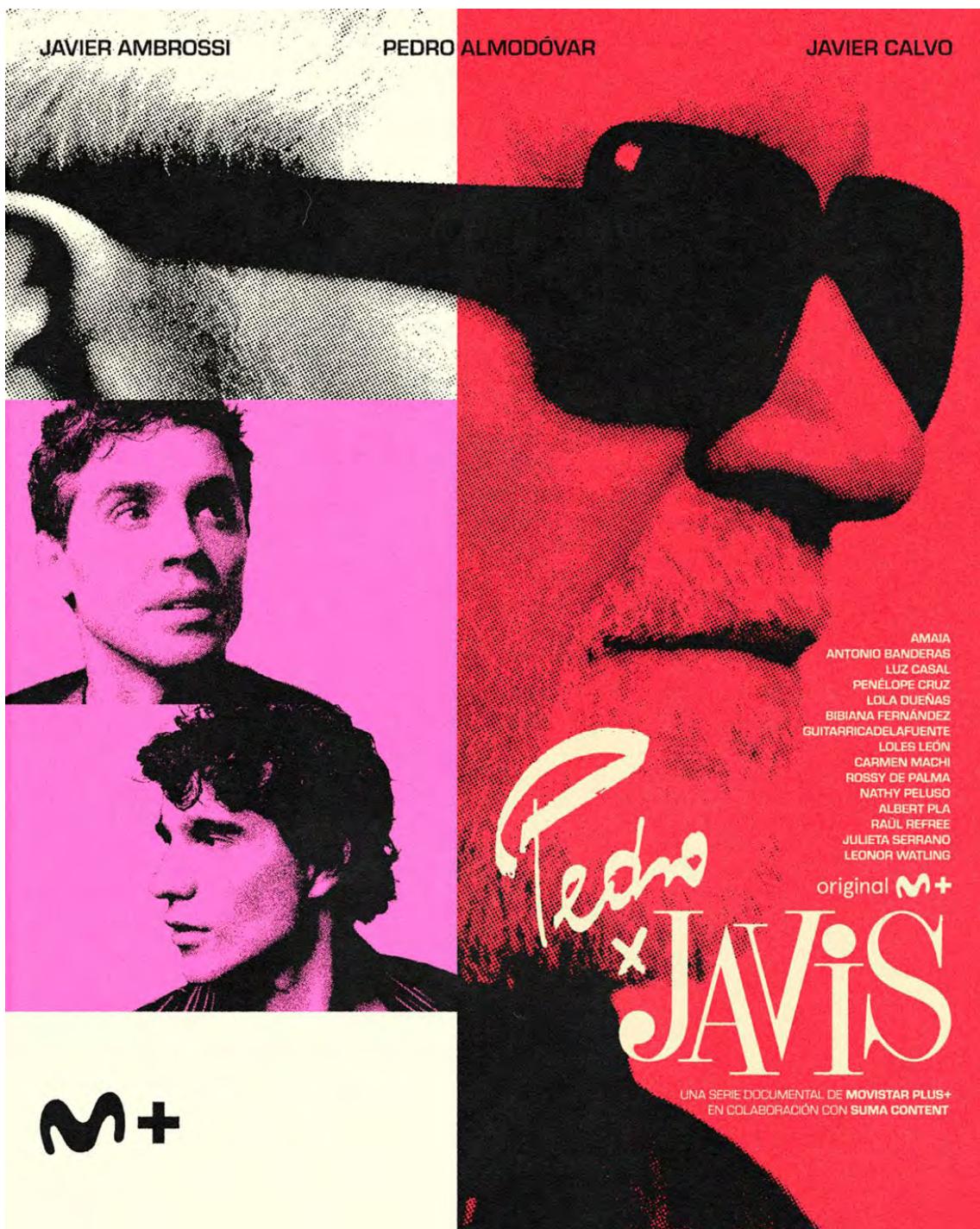


'Pedro x Javis' va a ser una serie sin duda especial.

Ariadna Fraile 8 mayo, 2025

Que Javier Calvo y Javier Ambrossi son megafans de Pedro Almodóvar está fuera de toda duda. Cada vez más cercanos, ahora nos ha sorprendido muy gratamente el anuncio de la serie documental Pedro x Javis, que estrenará Movistar Plus+ en junio.

Almodóvar es un referente absoluto para los creadores de La Mesías, que han decidido dedicarle toda una serie, centrada en una larga conversación en profundidad entre los tres directores. Horas y horas de charla, que se desarrolló en diferentes días, y en la que surgen recuerdos muy especiales del aclamado creador manchego, además de revelaciones inéditas. Hasta el punto que Pedro Almodóvar ha declarado: «Creo que he hablado demasiado».



'Pedro x Javis'

No estarán solos en esta serie documental, porque en ella participan actrices imprescindibles en la filmografía de Almodóvar. Javier Calvo y Javier Ambrossi han charlado con Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Bibiana Fernández, Loles León, Carmen Machi, Lola Dueñas y Leonor Watling. También con Antonio Banderas, así como con colaboradores claves para su cine como Agustín Almodóvar, Esther García, José Luis Alcaine y Alberto Iglesias.



Los tres episodios se titulan *Amigas y madres*, *Ley y deseo* y *Muerte y cine*, y cuentan como guionistas con Brays Efe y Paloma Rando. Para redondear el homenaje, artistas como Luz Casal, Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Albert Pla, Raül Refree y el propio Antonio Banderas cantan en directo temas inolvidables que forman parte de su filmografía.



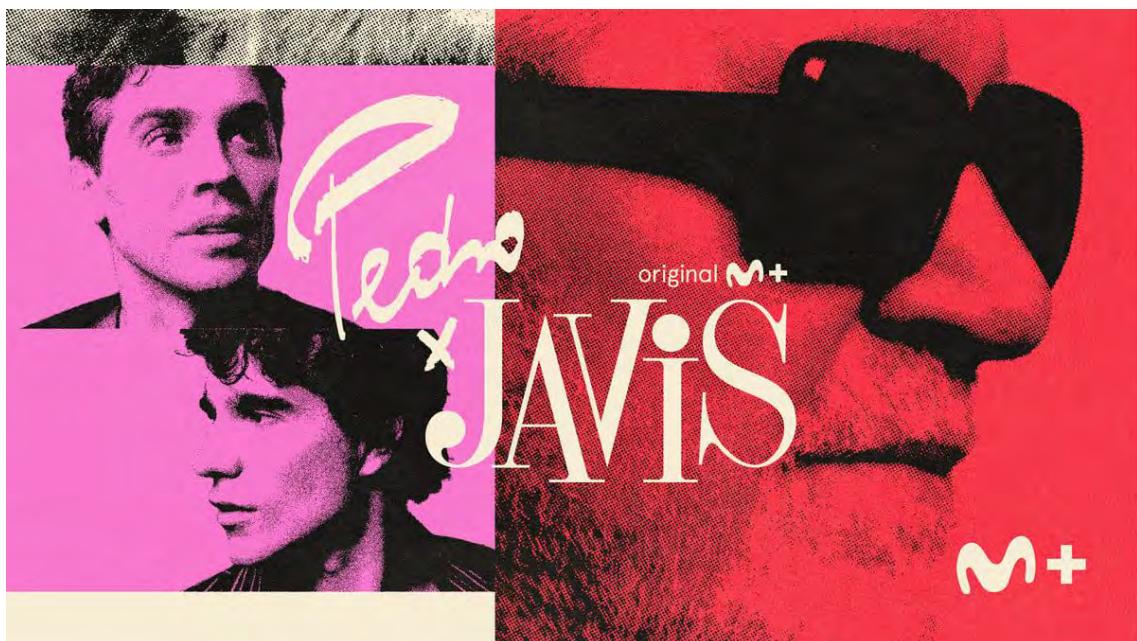
Javier Calvo y Javier Ambrossi, productores y conductores de la serie, han declarado: "Es un privilegio haber desarrollado este proyecto, gracias al cual hemos podido compartir muchas horas con Pedro. Todo el tiempo a su lado ha sido un aprendizaje y un honor. Es un homenaje muy especial al director que más nos ha influenciado. En Pedro x Javis nuestros universos se mezclan en un formato que aúna lo que más nos gusta de la televisión y del cine. Es el primer proyecto de entretenimiento de Suma Content, algo que siempre habíamos querido hacer, y estamos entusiasmados con el resultado".



'Pedro x Javis': el homenaje más íntimo y cinematográfico a Pedro Almodóvar llega a Movistar Plus+

Por J Vallejo 8 mayo, 2025

Pedro Almodóvar ya tiene su gran homenaje en formato serie documental.



El genio manchego es el epicentro de 'Pedro x Javis', una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Suma Content que nace de la admiración profunda de Javier Calvo y Javier Ambrossi hacia el director de 'Volver', 'Todo sobre mi madre' o 'Dolor y gloria'.

Tres episodios, horas de confidencias, y un viaje emocional y visual por la obra y vida del cineasta español más influyente del último medio siglo.

Bajo los títulos de 'Amigas y madres', 'Ley y deseo' y 'Muerte y cine', la docuserie desgrana en conversaciones sinceras e inesperadas los recuerdos, revelaciones y pensamientos de Pedro Almodóvar, acompañado por los dos creadores de 'La Mesías'.

En distintos encuentros grabados a lo largo de varios días, se entrecruzan anécdotas y reflexiones que permiten descubrir facetas desconocidas del director, en un formato que escapa del canon documental habitual para adentrarse en el terreno de la emoción compartida.

La serie también reúne a las mujeres que han sido imprescindibles en el cine almodovariano: Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Bibiana Fernández, Loles León, Carmen Machi, Lola Dueñas y Leonor Watling aportan su mirada, sus vivencias y su complicidad. A ellas se suman testimonios fundamentales como el de Antonio Banderas, Agustín Almodóvar, Esther García, José Luis Alcaine y Alberto Iglesias.

Más allá del testimonio, 'Pedro x Javis' se convierte también en una celebración audiovisual. Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Luz Casal, Albert Pla, Raül Refree y el propio Antonio Banderas interpretan en directo canciones emblemáticas de las películas del director, en un escenario diseñado por Ignasi Monreal con piezas originales del universo almodovariano. Todo bajo una estética cargada de referencias, con una puesta en escena que mezcla el artificio del cine con la desnudez de la confesión.

Con guion de Brays Efe y Paloma Rando, dirección de fotografía de Uri Barcelona, montaje de Celia Cuéllar y dirección musical de Álex de Lucas, la serie también marca el debut de Suma Content en el ámbito del entretenimiento. "Este es un formato que siempre habíamos soñado hacer", han reconocido los Javis, que firman también la producción y conducción de la serie.

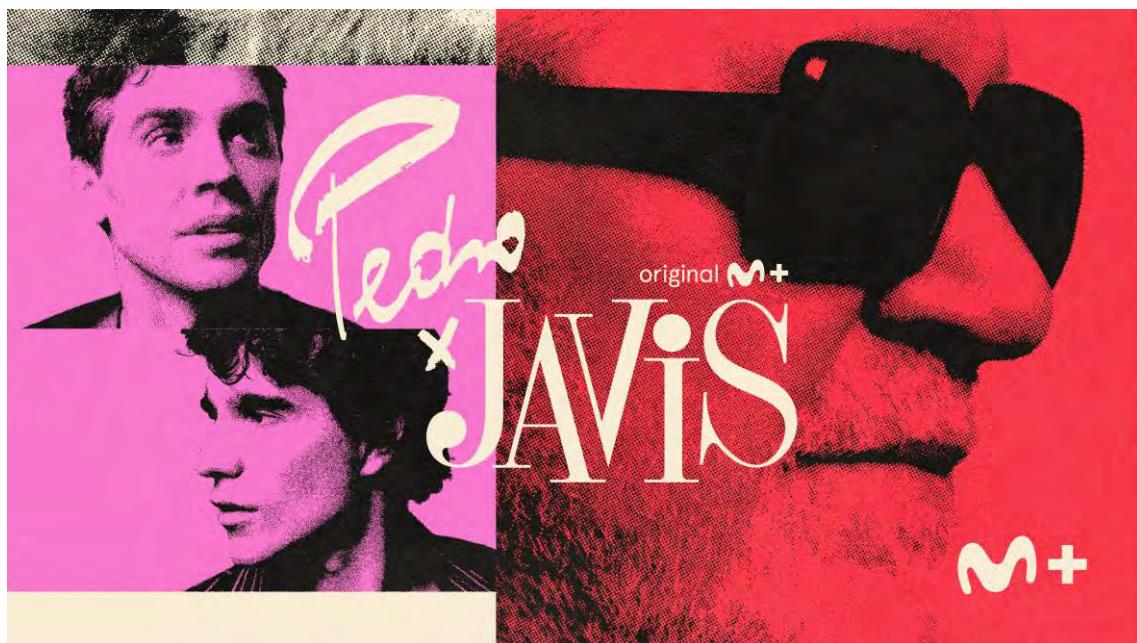
Pedro Almodóvar, con su ironía habitual, ha dejado una frase que sintetiza el espíritu de este proyecto: "Creo que he hablado demasiado". Y, sin embargo, nunca ha sido tan bien escuchado.

Teleaudiencias – La enciclopedia televisiva

Audiencias, noticias, opinión, entrevistas, estrenos... Si te gusta la televisión, ¡este es tu lugar! Portal televisivo líder en Instagram.

8 mayo, 2025

Movistar Plus+ estrenará en junio la serie documental 'Pedro x Javis', un homenaje a Pedro Almodóvar por Javier Calvo y Javier Ambrossi



Movistar Plus+ estrenará en junio la serie documental 'Pedro x Javis', un homenaje a Pedro Almodóvar por Javier Calvo y Javier Ambrossi.

A lo largo de tres episodios, la serie repasa la vida y la filmografía del cineasta manchego con la participación de intérpretes y colaboradores imprescindibles en su filmografía, como Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Carmen Machi, Lola Dueñas, José Luis Alcaine o Alberto Iglesias.

Un homenaje a Pedro Almodóvar que incluye la recreación de momentos icónicos y números musicales a cargo de Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Luz Casal, Albert Pla, Raül Refree y Antonio Banderas.

Javier Calvo y Javier Ambrossi han compartido: *"Es un privilegio haber desarrollado este proyecto, gracias al cual hemos podido compartir muchas horas con Pedro. Todo el tiempo a su lado ha sido un aprendizaje y un honor. Es un homenaje muy especial al director que más nos ha influenciado. En 'Pedro x Javis' nuestros universos se mezclan en un formato que aúna lo que más nos gusta de la televisión y del cine. Es el primer proyecto de entretenimiento de Suma Content, algo que siempre habíamos querido hacer, y estamos entusiasmados con el resultado".*

CINE

Carolina Yuste: “Sufrí acoso escolar, pero he sabido entender. Es bonito perdonar, aunque depende del día”

Su memorable papel en ‘La infiltrada’ significó el segundo Goya para una carrera que no deja de asombrar en las pantallas y en el teatro. Ahora la actriz extremeña estrena ‘La canción’, donde interpreta a la Massiel que ganó Eurovisión. Culta y curiosa, publica, además, una novela, ‘Toda mi violencia es tuya’, que es como ella: parte ira, parte ternura

Jesús Ruiz Mantilla 09 MAY 2025 - 05:40 CEST

Lo que marca ser de *Badajó*, así, sin la zeta final y con acento en la “o”. Carolina Yuste, nacida allí hace 33 años, lo pronuncia con tanto convencimiento, con tanta pasión que sería capaz de revertir cualquier manual de geografía con esta enmienda: Extremadura está formada por dos provincias: Cáceres y *Badajó*. Pero haber tenido que dejarlo para cumplir sus sueños en Madrid le mereció la pena el desgarro. Y a los espectadores, después de haberla visto en películas como *Carmen y Lola*, *Hasta el cielo*, *Girasoles silvestres*, *Chinas*, *Saben aquell*, entre otras, o, por supuesto, *La infiltrada*, su cuarta película con Arantxa Echevarría, con la que se ha llevado todos los premios posibles, incluido su segundo Goya como actriz. Esta intérprete de raza y genio también ha dejado huella en el teatro con montajes como *Prostitución*, de Andrés Lima, o ahora con una adaptación de la novela de Carmen Martín Gaite en *Caperucita en Manhattan*. Interpreta además a Massiel en *La canción*, la serie creada por Pepe Coira y Fran Araújo para Movistar+, que cuenta la historia de cómo España ganó Eurovisión en 1968 con La, la, la. Pero no queda ahí solo su talento. También ha dirigido un corto, *Ciao Bambina*, y ha escrito una novela, *Toda mi violencia es tuya*, en la que desata a partes iguales ira y ternura, dos elementos que continuamente trata de armonizar en sí misma y saca provecho para su trabajo.

¿Qué tal después de este año vorágine?

Bien, estoy bien.

Y eso ¿qué significa?

Estar en calma. Ser consciente de estar bien me genera calma. Puedo llegar a estar mal o triste, pero no me suelo quedar en el torbellino del sufrimiento, ¿sabes? Acepto las emociones como vienen y las acepto. Intento sacarles partido y que me valgan para otras cosas. Hay días en los que siento mucho estrés. Otros que me quiero ir a *Badajó* con mis padres, pero nada de sufrir.



Carolina Yuste

¿Ha sufrido antes?

De adolescente, puede que sí. Como todo el mundo, cuando todavía no tienes herramientas y te llueven hostiones que no sabes parar. Poco a poco vas aprendiendo que es parte de la vida y que está bien. Me preocupa mucho cuando se catalogan las emociones solo como buenas y malas. Parece que tengas que vivir nada más que unas, estar alegre y contenta como si fuera lo bueno, y la tristeza, en cambio, no. O la rabia. Para mí, ambas tienen su sentido positivo en la vida.

¿Cuál?

Pues mira, en mi caso, la ira es algo muy concreto: el paso de la tristeza a la alegría, la emoción que te saca del pozo, que te moviliza incluso para crear algo. En la tristeza, por el contrario, yo no me sé manejar mucho tiempo. La tristeza y la vergüenza...

¿Cómo se deshace de ellas? ¿Tiene armas?

No sé si me deshago.

¿La esquiva, entonces?

No me gusta a mí esquivar muchas cosas. No tengo miedo al conflicto ni a enfrentarme a lo que me esté pasando. Nuestro oficio da mucho para eso. Me afecta la pérdida de un ser querido, claro, o haber tenido que dejar *Badajó*, a veces. Me gusta buscar excusas para pasar tiempo allí con quienes me quieren y no me juzgan.

Carolina Yuste estrena 'La canción', publica novela y sigue de gira con 'Caperucita en Manhattan' en el año del centenario de Carmen Martín Gaite. **Gianfranco Tripodo**

¿Cómo es *Badajó*?

Increíble, el lugar donde yo estoy más relajada. Donde me siento con el pecho abierto y a gusto. Me fui en un momento en que no podía hacer lo que deseaba y salí.

¿A qué se dedicaban en su casa?

Mi madre ha sido peluquera toda la vida, pero tiene mucho arte: canta y pinta cuadros. Mi padre fue pintor de oficio y trabaja en la caja de ahorros en *marketing*. Somos cuatro hermanas, la mayor fue referente para mí porque a los 17 años se fue y vivió en Granada, Londres, Ibiza. Crecí con esa posibilidad de buscarme la vida fuera. Quizás nunca se me hubiese encendido la bombilla de venirme a Madrid, si no. Aunque me dieron una educación con muchas referencias artísticas, me llevaban a conciertos de música clásica y de jazz. Si me dedico a esto, es un poco su culpa.

Pero algo verían en la niña.

Pues que cantaba y bailaba por las esquinas, que era muy teatrera. Pero yo no quería ser actriz, sino bailarina. Sabía que quería dedicarme a la rama artística. Pero la primera vez que hice teatro fue en Madrid. Si me empeñé fue un poco por esa rabia que te comentaba.



Quise entrar a la Real Escuela Superior de Arte Dramático (RESAD) para estudiar teatro gestual y me pusieron un dos. Me enfadé muchísimo. Me encebollé en que me quería quedar. Empecé a trabajar en una tienda y a la vez me metí en una escuela de interpretación con un profe de texto, Carlos Silveira, que era de Cáceres, además. Me abrió un universo. Me preparé con él e ingresé en la RESAD después.

Por orgullo y cabezonería. ¿De dónde le vienen?

¡Eso, de Extremadura! Por eso te digo lo de la rabia, el hacerlo porque os vais a enterar. Compatible con el amor total, eh. El carácter que tiene que ver con la bellota y con mi tierra, mi familia y mi experiencia allí.

¿Y qué más, aparte de eso?

Pues que yo sufrió acoso en el colegio. De ahí también.

¿Por qué cree que lo padeció?

Pues por una incapacidad absoluta para gestionar emociones. Literal.

¿Por una cuestión de carácter, no física?

Sí, más por como yo era. Aunque luego, evidentemente, me llamaban gorda, iba dentro del *pack*. A veces creemos que el acoso lo sufren personas tímidas o introvertidas, pero no es verdad. Yo siempre fui extrovertida, expansiva, bruta, pero supongo que, a ciertas edades, con esos caracteres, empiezan a surgir problemas por eso también. No sé si se puede llamar envidia o miedo...

¿Frustraciones de otros volcadas como espejo en otras personas?

Total. Sí, el miedo, las heridas, el dolor, volcados en otros.

¿Qué años tenía?

Entre 13 y 15. Antes, que yo recuerde, nada.

O sea, ¿tuvo una infancia feliz pero una adolescencia tormentosa?

Sí, más o menos.

¿Y era buena estudiante?

En aquella época, no. Antes, normal. Sobre todo en Historia, Música, Literatura. En Física, no, y ahora, fíjate que me fascina. La cuántica o la astrofísica. Me encanta leer cosas sobre eso.

¿Ha encontrado ahí una especie de camino místico?

Puede. A mí me gusta leer mucha filosofía, gente que me ilumine. Y eso me ha ido acercando después a la física, al estudio de la energía y la materia oscura en ese punto donde ambas se juntan. Termina convirtiéndose en un viaje espiritual, también: quiénes somos, dónde estamos, las eternas preguntas.

¿Anda en ese camino porque busca a Dios o porque busca sentido?

Es lo mismo, ¿no? La búsqueda de Dios es la del sentido. Me gusta esa indagación. No puedo sentenciar verdades absolutas, pero buscarlas, entender la vida de manera holística, me motiva.

¿Le ha servido eso para entender o perdonar, por ejemplo, a quienes la acosaban?

Totalmente, sí.

¿Y para perdonar?

He sufrido acoso escolar, sí. Es bonito perdonar, aunque depende del día. Hay veces que agradezco la experiencia y otras que no, que me digo: ¿por qué he tenido yo que pasar eso? Hubiese aprendido a reaccionar de otra manera, si no. Pero, a la vez, si veo el ser humano que estoy intentando construir y la gente que me rodea, mi cosmos, mi tribu, siento tanto amor y agradecimiento que pienso que todo eso tiene que ver con toda mi experiencia en la vida. Y aquello también me configuró, pude ver las cosas que duelen de una manera determinada. Agradecerlo sin tener la necesidad, ni ganas de tomar un café con ellos. No tengo ningún interés en ser colega, ni nada de eso, pero tampoco cargo con ese resentimiento. Tachar como monstruos a gente tan pequeña es un error, a esas edades, a saber qué problemas tendrían. No creo que el ser humano sea un bicho malo por naturaleza, que aparezcamos aquí con el gen de la maldad. Tiene que ver con las circunstancias, el miedo, la ira, la angustia existencial que nadie nos enseña a canalizar. Me preocupa el señalamiento y no entender qué ocurre, llevarlo hacia otro lugar, si no, nunca cambiarían.

¿No cree entonces que el hombre es un lobo para el hombre? ¿Se decanta por el buen salvaje?

Es que el buen salvaje también me crea conflicto, antropológicamente. Creo que somos todo: no se puede buscar la luz sin haber habitado la oscuridad.

¿Se enfrenta a las contradicciones sin miedo?

Lo intento. Somos terrenales, aquí estamos, intentando aprender.

Habla usted de la persona que quiere ser. ¿Cómo la ve?

Definirme me cuesta cada vez más. Alguien que intenta conocerse a cada paso, integrar sus luces y sus sombras, pero entender que soy ambas cosas, que busca rodearse de gente hermosa, con el pecho abierto. Poco más. Canalizo todo eso y trato de transformarlo en cosas buenas para los demás, es lo que intento. Al tiempo que a veces tengo unos arranques de ira que no puedo con ellos.

¿Fue el acoso lo que le hizo salir de su ciudad o deseaba salir a experimentar fuera?

Quizás fue una mezcla. Me fui años después, aquel tema quedó atrás cuando cambié de colegio. Prefiero no decir cuál, era concertado, religioso. No me sentí nada apoyada. Eso está clarísimo y me largué. En el siguiente me fue todo fenomenal. Allí empecé con el arte, pintaba, dibujaba, me gusta mogollón y admiro a Remedios Varo y Leonora Carrington muchísimo. Tenían esa conexión conmigo espiritual, simbólica.

El día que se fue, ¿se sentía más triste, más ilusionada o tenía miedo?

Estaba contenta, me vine además con cuatro compañeras. Mi familia nunca dejó de alentarme. No sentía miedo, pero sí coraje. Mucha voluntad. He sido muy metódica y cabezota. Yo empecé para ver cómo se hacía esto sin saber dónde acabaría. Cuando yo hice mi primera obra de teatro, pensaba que a lo mejor no me gustaría estar encima de un escenario y que, si era así, lo dejaría. Pero cuando subí sentí una conexión absoluta con el cielo, la tierra y el presente. Y además aquello no se quedaba en mí, sino que era una traviesa, una vía que expulsaba la energía hacia afuera y después me la devolvía. Espectacular.

¿Sintió entonces poder?

¿Poder? ¿En qué sentido?

En el de saber que era capaz de embaucar a la gente con emoción.

Sí, es poderoso. Usar la palabra poder a mí me lleva como... Pero sí, es poder, totalmente. A mí me ocurre como espectadora. Si me gusta algo digo: ¡joder, qué poderoso! ¡Qué poderío!

¿Y ese poder después lleva a la ambición?

Correcto, porque excita y te dices: quiero hacer esto. Recuerdo sentirlo así. También me ocurría bailando. Pero el poder que genera una palabra, una historia, me resulta único. Eso me ocurrió sobre todo en Prostitución, trabajando bajo la dirección de Andrés Lima. Fue un montaje que revolvió a todo el mundo. Yo me lo gocé total. Pero era un regalo envenenado, se lo dije a Lima, porque no siempre íbamos a formar parte de algo tan tremendo.

¿Aquella función supuso en usted como actriz un antes y un después?

Sí. Hay dos momentos en mi carrera que lo son. Ese es uno. Otro cuando supe que podía pagar el alquiler.

¿Cuándo ocurrió lo segundo? ¿Con *Carmen y Lola*?

¡Qué va! Aquella fue una película fundamental para mí, pero con un presupuesto bajísimo. Yo tenía 25 o 26 años y seguía compartiendo piso. No sabíamos qué iba a pasar. Nos cambió la vida a Arantxa Echevarría y a mí, somos familia. Fue algo después, junté un dinero y apareció una palabra maravillosa en mi vida: calma.

Estamos abordando conceptos fundamentales: rabia, ira, acoso, poder, ambición, calma...

Así es... Pero la calma es importantísima. Porque dejé de ir con miedo a los lugares, con necesidad de que me cogieran. Es distinto presentarse a una prueba con ganas de que te seleccionen que con necesidad. Muy diferente.



¿Y desde esa calma se considera también generosa?

Sí, mucho. Creo que sí, ¿por qué te voy a decir que no?

No sé, yo solo pregunto.

Pues sí.

¿La generosidad es una alegría en usted?

Creo que sí, pero eso se mezcla con mi necesidad de sostener. Una cosa es sostener desde la calma y otras desde la angustia o desde esa sensación que puedes confundir con la manera en que te quieran. Eso es complicado, plantearte que, hostia, estoy sosteniendo a todo el mundo, pero soy incapaz de sostenerme a mí, preocupada por todo el mundo, que te despistes de ti misma por necesidad de que te quieran también.

¿De qué cree que habla *La infiltrada*?

De muchas cosas... De estar fuera de sitio, renunciar a la identidad y la soledad que eso supone, abandonar lo que eres por construir otro yo.

¿O una causa?

Totalmente.

¿Usted lo haría?

Yo no.

¿Cómo llegó a entender entonces a esa policía?

Porque he tenido que renunciar a cosas, aunque no a tanto, y puedo llegar a comprender el motor que te impulsa a hacer eso.

¿Cuál es?

Creo que un sentido muy grande de acabar con algo injusto y que puedes llegar a formar parte de eso y, también, una ambición, un compromiso.

Y de *Caperucita en Manhattan*, ¿qué me dice?

Pues ahí se da todo lo contrario a *Prostitución*, por ejemplo: el amor, la inocencia, el poder generar y contar que se puede vivir sin miedo. Ha sido muy importante para mí eso también. Yo soy muy de rasgarme, de *harakiris*, de cosas cañeras. Pero con *Caperucita*... estoy descubriendo otras partes de mí. Me daba miedo hacer al personaje moñas, niñoas, echarle azúcar a la miel. Pero entendí que debía ser yo y en mí habitan además la pureza, la inocencia, la alegría...

O sea, creía que eso eran sensaciones de segunda y este viaje le ha hecho ver que son tan importantes o más que la intensidad que nos atrae del lado oscuro.

Totalmente. Sí. Totalmente.

Pues eso a lo mejor es que ha madurado bien y empieza a disfrutar de la vida.

Pues sí. Mi padre me lo dice. He sido muy disfrutona, pero es verdad que me he deshecho de ese prejuicio de mierda de considerar más importante lo otro.

¿Cuánto ha aprendido por medio de una serie como *La canción de cómo es España*?

Pues la serie cuenta muchas cosas que te generan alegría, pero también me dolió, algunos personajes me generaban tristeza. Hemos cambiado mucho, creo que ha sido inevitable nuestro avance como país. En los colegios no nos han contado bien lo que fue el franquismo. Hay un desconocimiento total. Pero yo me he empeñado en saber, me he interesado por todo eso. Más siendo de *Badajó* y lo que pasó allí, la gran matanza, el 14 de agosto de 1936. ¡No se conoce! Siempre he tenido el interés y las ganas de adentrarme en los comportamientos de la gente. Me matriculé en Antropología por la UNED para ello.



Carolina Yuste
interpreta a la
cantante que
ganó con
el 'La la la'.



'LA CANCIÓN'

Movistar Plus+ recuerda la victoria de Massiel
en Eurovisión en su nueva serie



TEMA DE PORTADA

La reciente ganadora del Goya a la mejor actriz por 'La infiltrada', que ya tenía otro como secundaria por 'Carmen y Lola', interpreta a Massiel en la serie 'La canción'. Antes la habíamos visto en títulos como 'Hasta el cielo', 'Saben aquell', 'Sin huellas', 'Brigada Costa del Sol' y 'Las noches de Tefía'.

Carolina Yuste

«'La canción' habla de Eurovisión, pero también de opresión»

MARISA DE DIOS

Aunque el protagonista de la nueva serie de Movistar Plus+ *La canción* es el director de RTVE que gestionó la *Operación Eurovisión* que llevó a Massiel a ganar el famoso festival (interpretado por Patrick Criado), uno de los personajes estrella es, obviamente, la cantante. La interpreta la reciente ganadora del Goya por *La infiltrada*, Carolina Yuste.

– ¿Conocía todos los entresijos que hubo detrás de esa victoria?

– No. Sabía que el *La la la la lo* iba a cantar inicialmente Serrat y que al final lo hizo Massiel. Y hasta ahí puedo leer, porque en la serie también hay un montón de cosas que son ficción, licencias narrativas para construir una historia.

– ¿Afronta de forma especial un personaje basado en alguien real?

– Siempre intento coger los personajes con mucho respeto, y para mí es independiente que sea una persona real o no. Lo que sí que tienes el plus añadido de que sabes que la gente enseguida la va a identificar, porque Massiel, además, está viva y puede emitir su punto de vista. Nunca quisimos hacer una imitación, sino agarrar la esencia del personaje y acercarnos lo más posible a su carácter.

– ¿Le preocupa lo que pueda pensar Massiel cuando la vea?

– No mucho. Lo he hecho con todo mi respeto y amor, pero ella tendrá derecho a que no le guste. Entiendo que verse a una misma interpretada por otra persona es algo muy raro. Habrá cosas que le gustarán y otras que dirá: pues yo no lo hice o no lo haría así. Pero es normal. Espero que sienta que hacemos una representación hermosa, pero si no le gusta no me iré llorando a la cama, porque tampoco hemos matado a nadie.

– ¿Se planteó hablar con ella?

– No, porque como producción tenía la idea de que no estábamos haciendo un biopic... Además ella estaba en un proceso personal delicado y no quisimos molestarla.

– De todas formas, la dejan como una mujer supermoderna y muy echada para delante.

– Es que si ves entrevistas de aquella época era así. La tía era muy cañera, se mojaba cuando se tenía que mojar y se comprometía.

– ¿Le gusta Eurovisión? ¿Lo ve?

– Sí. Hay momentos en los que estoy más enganchada y otros que menos, pero de pequeña me encantaba.

– ¿Está al día? ¿Sabe que este año va Melody?

– ¡Claro que me he enterado! Me encanta, es poderosísima.

– ¿Qué le parece *La canción* que lleva, Esa diva?

– Fantástica. Es una letra honesta,

«He hecho de Massiel con todo mi respeto y amor, pero ella tiene derecho a que no le guste»

«En la serie también hay un montón de cosas que son ficción, licencias narrativas»

hermosa, que habla de ser buenas personas con la gente que tienes alrededor.

– Los organizadores de Eurovisión insisten en que no es un festival político. Pero en *La canción*, ganar es incluso un asunto de Estado. ¿Qué piensa usted?

– Es que todo es política. No creo que haya ninguna cuestión que no sea política.

– ¿Qué es lo que más le gustó de la serie? ¿Hacer de Massiel? ¿Cantar?

– Fue una mezcla. Los creadores, Pepe Coira y Fran Araújo, me parecen de lo mejorcito de este país. La dirigía Alejandro Marín, que me fascinó su película *Te estoy amando locamente*. ¡Y poder ganar Eurovisión! También el elenco y la historia que querían contar. La serie habla de la victoria de España, pero va más allá, habla de la opresión que se estaba viviendo con la dictadura en nuestro país y de la cantidad de seres humanos que no podían ser lo que eran por miedo a la violencia que se podía ejercer contra ellos.

– Usted ha ganado Eurovisión en la serie, pero España solo ha vencido dos veces. ¿Qué cree que falla?

– No lo sé... Quizá tiene que ver con ser más honestos con lo que somos y cuál es nuestro folclore, por ejemplo. Tirando de ahí y llevando cosas que puedan resultar novedosas, que en otros países no hayan escuchado, puede ser más interesante. Pero no

**'LA CANCIÓN'
MOVISTAR PLUS+**



GABRIEL DE LA MORENA / MOVISTAR PLUS+

tengo ni idea, porque como a veces funciona por otros motivos que no son estrictamente artísticos...

– **Tiene 33 años y dos Goya. Hay actores que hablan de la maldición del Goya, porque luego les cuesta volver a trabajar. No es su caso.**

– ¡Yo me protejo contra las maldiciones! (ríe). Creo firmemente que los premios no implican que tengas más trabajo, o al menos constantemente. Puede que al principio sí que tengas como una especie de explosión, pero lo más complejo de este oficio es mantenerse.

– **Se ha estrenado como directora del corto documental *Ciao Bambina*.**

na. ¿Piensa repetir?

– Ahora lo hemos ampliado a largo documental. Me gusta pensar cómo recibir las cosas que van vieniendo.

Ciao Bambina nace de una propuesta del director Afioco Gnecco, que iba a empezar su proceso de transición. Me dijo que quería grabarlo conmigo. Nació de ese impulso, no está empujado por mi parte. Mi trabajo habitual es ser actriz, pero creo que en las disciplinas artísticas mola un montón poder *bichear* un poquito en otros espacios.

– También ha bicheado dirigiendo teatro, la obra *No juegues con Carrie*.

– Es lo mismo. Mi amigo Enrique Cervantes, que es actor, me dijo a mí y

PREMIADA.

A sus 33 años, Carolina Yuste tiene ya dos premios Goya.

a Sara Sierra, la otra directora, que quería que lo hiciésemos nosotras porque nos conocemos un montón.

– **En esa obra abordan el acoso escolar. ¿Cree que es importante que la ficción plantee estos temas?**

– Es importantísimo que el cine sea un reflejo de los lugares a los que miramos menos o requieren justicia, dignidad o luz. Es importantísimo porque el cine, la música, el arte, los libros, el teatro, la cultura en general, genera referentes, cala en la gente. Me parece que la cultura debería incluirse a través de esos espacios. Una de las cosas que para mí falla en este país es el poco valor que se le da a la cultura, hay mucho prejuicio.



TEMA DE PORTADA

España solo ha ganado dos veces Eurovisión, en 1968 y en 1969, aunque esta última fue una victoria compartida con Francia, Reino Unido y Países Bajos. Su único triunfo en solitario fue con Massiel y el 'La la la', un acontecimiento que recuerda la nueva serie de Movistar Plus+ 'La canción'.

Patrick Criado

«Sabía que Massiel ganó Eurovisión, pero no lo de Serrat»

,MARISA DE DIOS

Patrick Criado es uno de esos actores a los que hemos visto crecer en la pantalla, ya que su primer éxito le llegó siendo solo un niño gracias a *Águila Roja*. A sus 29 años, ha tenido papeles importantes en *Antidisturbios*, *Las noches de Tefía*, *Mar de plástico*, *Vivir sin permiso*, *La línea invisible*, *La virgen roja*, *Bajocero...* Ahora protagoniza la miniserie de Movistar Plus+ *La canción*, que muestra los entresijos de la victoria de Massiel en Eurovisión en 1968.

– Tanto Carolina Yuste como Marcel Borràs interpretan a personajes conocidos en *La canción*, Massiel y Serrat. Usted es el directivo de RTVE a quien le encomiendan ganar Eurovisión. ¿También está inspirado en una persona real?

– Según me contó Fran [Araújo, el creador] es un personaje inventado, pero se inspiró en una mezcla de muchas personas reales. Mi personaje está totalmente ficcionado para el desarrollo de la serie.

– Es un directivo de RTVE muy joven, pero con mucha ambición.

– Lo que a mí me hace gracia de él es que se encuentra de repente con Eurovisión y lo usa para ascender a nivel político, que es lo que le interesa. No le gusta la música, no sabe nada de ese mundo, pero esta experiencia le abre una puerta que no conocía

de sí mismo y del mundo que lo rodea, le da la oportunidad de mirarse en el espejo y verse de otra manera. Incluso lo de crecer a nivel político se queda en segundo plano.

– A pesar de su ambición resulta entrañable por sus inseguridades y tiene incluso una parte cómica.

– A pesar de sus defectos terminas queriéndole. Es interesante porque representa muchos valores de esa época pero a la vez tiene un punto diferente y es una sátira de sí mismo.

– ¿Conocía los entresijos que hubo detrás del *La, la, la*, que al principio iba a interpretarla Serrat en Eurovisión pero que se negó porque quería cantar en catalán?

– Sabía que Massiel ganó Eurovisión, pero no todo lo que pasó con Serrat. Una de las cosas que más me gustan de mi trabajo es acercarte a historias que están un poco olvidadas.

– ¿Quiso documentarse?

– Con el guion era suficiente, pero sí que me documenté a nivel histórico para entender el contexto, la realidad social y política... Hay algunos documentales y entrevistas sobre todo el tema de Serrat, pero también había que aferrarse al guion y centrarnos en lo que contamos en esta ficción porque en la realidad cada uno explica su versión.

– ¿Le preguntó a sus padres?

– Sí, porque ellos conocían los hechos. Mi padre además es eurofan, le

«Mi personaje es inventado, pero se inspiró en la mezcla de muchas personas reales»

«'La canción' no es una serie política, pero sí detalla lo importante que era para Franco ganar»

encanta Eurovisión. Le gustaba mucho que contásemos esta historia.

– ¿Usted también ve Eurovisión?

– Por lo general sí, aunque igual no todos los años. En casa de mi familia siempre se ha visto y me parece un programa que merece la pena seguir porque es uno de los mayores acontecimientos a nivel cultural que hay en Europa. Creo que a los eurofans le va a gustar mucho la serie porque tiene un tono ameno, divertido, pero también profundidad y emoción.

– Ya que ve Eurovisión, ¿por qué España no gana desde los años 60?

– Es que es muy difícil ganar. Con Chanel quedamos cerca. Lo importante es mandar a alguien que nos represente como país, con nuestra cultura y valores y con una buena canción. Por lo menos que, si no ganas, puedes estar orgulloso.

– Los organizadores del festival insisten en que no es un certamen político. Pero en *La canción* es una cuestión de Estado para España.

– Es que lo fue. Lo bonito de la serie es que cuenta que ganó Massiel pero también todos los intereses que había detrás. No es una serie política, pero sí detalla lo importante que era para Franco ganar Eurovisión con un tono ameno, divertido y ligerito. Yo creo que la serie se ríe un poco de cómo fueron los acontecimientos, de lo que pasó con Serrat y Massiel... Tampoco pretende ser fiel a nivel superriguroso a la historia

**'LA CANCIÓN'
MOVISTAR PLUS+**



porque no lo necesita, sino mostrar cómo ganó y por qué, y luego se ríe un poco a nivel de sátira de lo que ocurrió en el régimen franquista en aquel momento.

– **Usted ha estado en grandes fenómenos televisivos, como *Águila Roja* y *Antidisturbios*. ¿Cuestión de suerte o de que sabe elegir?**

– No lo sé. Yo intento ir eligiendo los proyectos en base a los personajes, a las historias y a con quién vas a trabajar. Me gusta estar en proyectos que se metan en algún tema más allá de entretenir, que hablen de algo, que aporten. Me siento muy afortunado de haber podido estar en proyectos como *La virgin roja*, *Antidisturbios*, *La canción*, *Las noches de Tefía*, series y películas que tratan temas complejos.

– **¿Siente que se ha perdido cosas al empezar a trabajar tan joven?**

– Ahí hay un debate largo... Me siento un afortunado, sobre todo por la familia que tengo, que me ha apoyado desde el principio y ha sabido darle la importancia que tenía en aquel momento el trabajo, que era ir y divertirte, y no le han dado más bola de lo que le podía dar la gente. Eso me ha hecho tener los pies en la tierra y, si en algún momento no los he tenido, ellos me los han bajado. He podido ganar experiencia y me he hecho un hueco en la industria, hasta que me lo quiten. No siento que me haya perdido mi infancia o mi adolescencia porque lo mío ha sido muy progresivo, he ido a trabajar pero también al colegio, al instituto, hacia extraescolares, iba al fútbol...

– **Dice que se ha hecho un hueco hasta que se lo quiten. ¿Siente esa presión?**

– Es que uno tiene un hueco hasta que deja de tenerlo. Nunca sabes lo que te puede pasar, es un trabajo muy inseguro e inestable. Tengo muchos amigos actores y actrices que lo pasan mal porque no tienen trabajo. Yo lo intento llevar al agradecimiento, al esfuerzo, y darme cuenta de que estoy en una posición privilegiada.



Carolina Yuste en una imagen de 'La canción'.

Carolina Yuste, de 'La canción': "Massiel quería representar a España en Eurovisión, pero no ser imagen del franquismo"

BLUPER habla con la protagonista de la serie de Movistar Plus+, que narra la operación liderada por Franco para ganar Eurovisión y lavar su imagen.

Miguel Ángel Pizarro 8 mayo 2025

Pepe Coira y Fran Araújo se pasan a la ficción histórica. Tras Hierro y Rapa, ambos muestran los entresijos que hubo detrás de la victoria de Massiel en el Festival de Eurovisión de 1968 con La canción, disponible en Movistar Plus+ desde este 8 de mayo. Carolina Yuste se mete en la piel de la emblemática cantante que logró el primer triunfo para España en el certamen. “Espero que lo vea como el homenaje que es”, comparte la intérprete.

La canción retrata la carrera contrarreloj por parte de Esteban Guerra (Patrick Criado), un joven ejecutivo de RTVE, para cumplir con una misión muy clara: España debe ganar el Festival de Eurovisión. Con Artur Kaps (Àlex Brendemühl), responsable de los grandes espectáculos televisivos del momento, a su lado, ambos deben lidiar dos eventos inesperados: la salida precipitada de Joan Manuel Serrat (Marcel Borràs) y el rápido relevo que se encontró con Massiel (Yuste).

Se trata de la crónica de una victoria, la de La, la, la y de cómo tanto Serrat como Massiel pagaron un alto precio por expresar una posición contraria al Régimen. Un hecho histórico que, tristemente, ha tardado en verse en la ficción. “Ahí han estado inteligentes tanto Pepe Coira como Fran Araújo [creadores de La canción]. No sólo por rescatar esta historia, sino por la manera en la que lo han hecho”, comenta Marcel Borràs en una entrevista concedida a BLUPER.

Un tema que ha llamado la atención que los creadores han optado por realizar una versión ficcionada completamente, evitando que los protagonistas tomanen contacto con los auténticos Serrat y Massiel. “Lo hemos hecho de la manera más hermosamente delicada. Ni los creadores ni el director [Alejandro Marín] nunca tuvieron intención de que hubiera imitaciones calcadas de ninguno de los dos”, comenta Carolina Yuste en la misma entrevista.

“Querían que estuviese más la esencia, la energía del personaje y es desde ahí donde hemos trabajado. Por supuesto, nos hemos documentado. Recuerdo haber visto unas 75 veces una entrevista a Massiel en TVE, que está disponible en YouTube, que no llegó a emitirse, porque hablaba de temas peliagudos como el divorcio o el aborto. Me fijé mucho en cómo se movía y quería llevar esa esencia y traerla a mí”, comenta la ganadora de dos Premios Goya por La infiltrada y Carmen y Lola.



Carolina Yuste en 'La canción'

“Ha habido confianza absoluta, también porque había una red. Si nos pasábamos, el director nos sabía frenar”, añade. “En mi caso, me centré en el reto que tuvo Serrat de cantar La, la, la en cinco idiomas diferentes. Fue él quien comenzó haciendo la gira por Europa y tuvo que cantar el tema en inglés, en alemán, en francés, en italiano y en portugués”, explica Borràs.

“Sobre lo que Serrat o Massiel puedan pensar, no tenemos control sobre lo que esas personas vivieron. Igual lo revive desde una parte trágica, pero la aproximación que hemos hecho hace desde el respeto y la admiración. Hemos querido resaltar la valentía que tuvieron ambos artistas”, remarca el actor.

“Massiel siempre ha sido un torbellino, con poder y que no se ha dejado domar”

“Hemos sido conscientes del valor de representar con su voz y sus palabras. Es cierto que el Régimen quiso adueñarse de eso y ambos se enfrentaron y dijeron que no. Pero coincido con Marcel en que, inevitablemente, vean nuestras interpretaciones y digan que no lo vivieron así. Sólo deseo que no se enfaden, porque lo hemos hecho desde el más sincero cariño”, añade Yuste.

Una victoria con historia

La actriz de Las noches de Tefía y Saben aquell resalta uno de los episodios clave de la victoria de Massiel, cuando compró ella misma el vestido que lució en el Royal Albert Hall de Londres el 6 de abril de 1968, tan icónico como su victoria. “Siempre ha sido un torbellino, con mucho ‘power’. Nunca se dejó domar por nadie”, comparte la actriz.



“Quizás esté un poco ficcionado, pero tiene mucha lógica. Ella había dejado México, donde estaba en la gloria, para representar a España. Ella quiso elegir la manera en la que aparecía ante millones de personas. Ese gesto dice mucho de ella”, agrega.

Un aspecto importante de La canción es cómo tanto Serrat como Massiel se negaron a blanquear la imagen del franquismo. En el caso del cantautor, negándose a representar a España por no cantar en catalán; en el de la madrileña de la calle

Leganitos, en rechazar el hacerse una foto con Franco y recibir el Lazo de Isabel la Católica, lo que le llevó a estar casi un año vetada en TVE.

"Massiel fue muy valiente. Había un miedo real a represalias en la dictadura"

“Ambos se negaron a representar el modelo del español perfecto y esto les generó muchos problemas. En el caso de Massiel. Ella tenía claro que quería representar a España, a su país. Para ella, probablemente, se trataba de representar mucho más que una dictadura franquista. De repente, gana y hay una alegría porque siente que está representando a todos los artistas españoles”, expresa.

“Ahora bien, cuando le dicen que tiene que aceptar eso [el Lazo de Isabel la Católica] y hacerse una foto con Franco, ella dice que no. No quería ser imagen del franquismo. Me parece muy valiente. Parece fácil verlo desde fuera, pero había un miedo real. Nuestra generación no lo percibe, pero estaba esa inquietud de no saber qué podía suceder si te negabas a algo. Creo que es algo que, los que hemos vivido en democracia, no lo entendemos del todo: el miedo a la represión de una dictadura”, manifiesta.



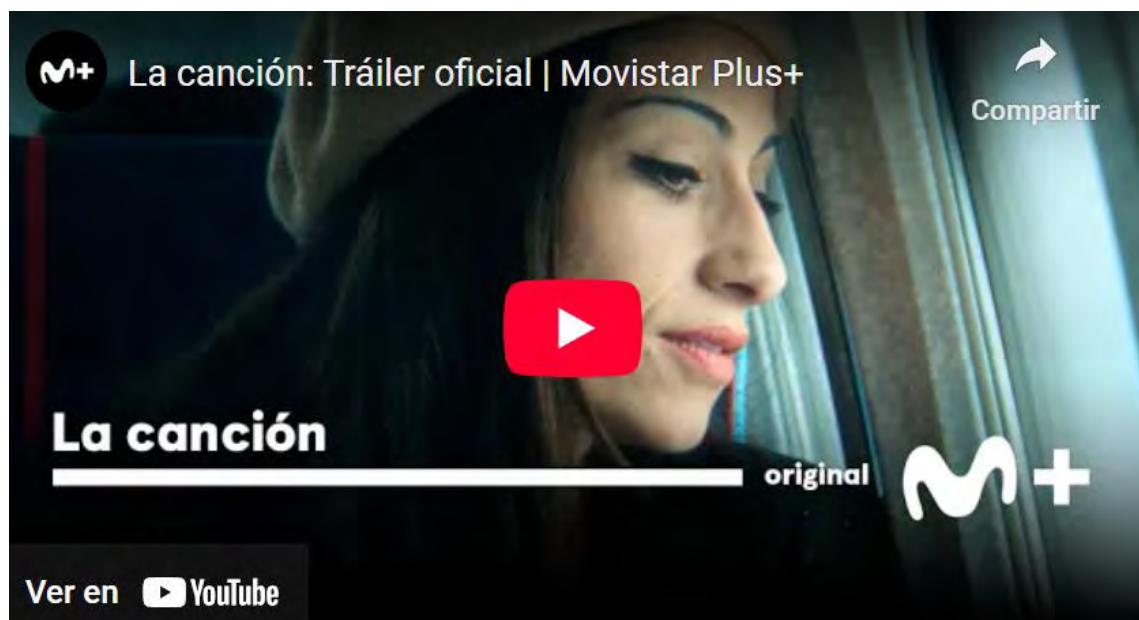
La canción no es sólo un retrato de la victoria de Massiel, sino también de la baja a última hora de Serrat. Había un desafío en retratar a una de las grandes figuras de la canción española.

“Conocía relativamente poco su biografía. Al hacer la investigación, he descubierto un talento increíble y un carisma excepcional. Tiene una voz peculiar y su capacidad compositora es sublime. No me extraña que sea una figura tan trascendente para la historia de la música y sólo lamento no haberlo descubierto antes”, comparte Borràs.

“Conocía relativamente poco de la vida de Serrat. No me extraña que sea una figura tan trascendente para la historia de la música española”

De hecho, el actor señala como gesto político el que optase por no ir a Eurovisión. “Es esta idea de si los artistas se deben comprometer políticamente. Creo que el talento termina siendo superior a ellos, incluso al poder de comprometerse. No es tanto que quieran dar la voz a algo, sino que están tan censurados, que son incapaces de mirar hacia otro lado. No pueden traicionar la esencia de lo que son”, concluye.

Tanto Yuste como Borràs son conscientes de que La canción llega en un momento clave, a pocos días de que dé comienzo Eurovisión 2025. “Me parece poderosísima. Creo que Melody es de las pocas folclóricas que nos queda en este país. Es verdad. He sido muy fan de ella desde adolescente, cuando escuchaba su música. Esa diva tiene una letra preciosa. Habla de esas mujeres artistas que son divas desde el amor y el respeto. Dice mucho de ella como artista. Admiración absoluta”, comparte la actriz.



Protagonizada por Patrick Criado, Àlex Brendemühl, Carolina Yuste y Marcel Borràs, completan el reparto Carlos Santos, Laia Manzanares, Carlos González, Eneko Sagardoy, Xose A. Touriñán y Luis G. Gámez. Creada por Pepe Coira y Fran Araújo y sus tres episodios son dirigidos por Alejandro Marín, nominado al Goya a la mejor

dirección novel por Te estoy amando locamente. Una serie original de Movistar Plus+ en colaboración con Buendía Estudios.

ENTREVISTA ECARTELERA

Patrick Criado ('La canción'): "Eurovisión es una ventana al mundo y los países lo aprovechan para sus intereses políticos"

El actor nos sumerge en los entresijos de la primera victoria de España en el Festival de Eurovisión en el año 1968 de la mano de Massiel, a la que da vida Carolina Yuste.

Por Víctor Mopez 8 de Mayo 2025



Patrick Criado es Esteban Guerra en 'La canción' (Movistar Plus+)

Desde que España debutara en Eurovisión en 1961 ha conseguido dos victorias y fueron de manera consecutiva. La primera fue en el Festival de 1968 desde Londres, donde Massiel se alzó ganadora con su pegadiza 'La, la, la'. Siempre ha habido mucho misterio en torno a la mano de la dictadura de Francisco Franco ansiosa se situarse en el mapa internacional utilizando el certamen de la canción para blanquear su imagen ante el mundo. Sobre aquella candidatura gira 'La canción', miniserie compuesta de tres capítulos que Movistar Plus+ estrena el jueves 8 de mayo.

Creada por Pepe Coira y Fran Araújo y dirigida por Alejandro Marín, 'La canción' está protagonizada por Patrick Criado como Esteban Guerra, un joven ejecutivo de RTVE que recibe la orden por parte de las altas esferas de crear una candidatura que se imponga en Eurovisión para cambiar la

imagen de España en el exterior. Así comienza una carrera a la que suma a Artur Kaps (Àlex Brendemühl) y que no está exenta de polémicas. Tras dar con la canción ideal compuesta por el Dúo Dinámico, seleccionaron a Joan Manuel Serrat (Marcel Borràs) como representante. Sin embargo, su deseo de cantar en catalán se topó con la oposición del régimen. De esta manera Massiel (Carolina Yuste), conocida como 'La tanqueta de Leganitos', aparece en la ecuación arrancando su periplo hacia una icónica actuación que llevó a España a la victoria.

Desde eCartelera hemos podido hablar con Criado, que saca a relucir la cara política del Festival de Eurovisión y analiza el contexto de aquella gesta a través de su personaje ficticio pero que sirve de vehículo para mostrarnos los entresijos de la candidatura de Massiel.



Siempre está el debate sobre si Eurovisión es política o no es política...

La serie te deja un poco la reflexión a ti mismo para que consideres un poco si es así o no. Mi opinión personal es que al final es una ventana al mundo y es un evento, un acontecimiento que reúne a millones de personas y al final creo que los gobiernos de los países siempre aprovechan lo mediático que es para que sus intereses sean visibles. Al final acaba siendo un festival en el que sí hay tintes políticos.

Franco utilizó el Festival de Eurovisión para blanquear la imagen de la España de 1968, una dictadura... ¿Hoy en día siguen sucediendo estas cosas?

Sí, totalmente. Siempre que hay grandes eventos que reúnen a mucha gente y que son ventanas al mundo, siempre aprovechan los gobiernos

para amplificar sus intereses políticos, por lo menos para que tengan más visibilidad. Pasa tanto en los Juegos Olímpicos como pasa en los Mundiales de Fútbol o en Eurovision.

Aún y con esto, cómo ha cambiado el festival de entonces a la actualidad...

En 'La canción' es interesante ver cómo ha cambiado a nivel artístico, musical... Cómo era en el año 68 con aquellas bandas en directo, esas orquestas gigantes... Cómo era más importante, digamos, la canción, el artista, ¿no? Era algo un poco más íntimo a nivel musical. Pero se ha ido ampliando y se ha ido poniendo en valor más las puestas en escena, el show y han ido ganando también terreno otras características, ya no sólo la canción o el artista.

¿Deberían volver las orquestas y los instrumentos en directo?

Sí que me apetecería ver una Eurovisión con esas orquestas y con esa música toda en vivo. Entiendo que ahora también es más complicado a nivel logístico y que eso supondría bastante más jaleo del que ya es. Es algo que no entiendo, sinceramente, no entiendo muy bien por qué se ha quitado, porque lo hacía muy mágico.



Joan Manuel Serrat (Marcel Borràs) y Esteban Guerra (Patrick Criado) en 'La canción' (Movistar Plus+)

En la serie interpretas a Esteban Guerra, un personaje ficticio al lado de otros reales como Massiel o Joan Manuel Serrat. ¿Qué herramientas te ha dado el no ser un personaje real? ¿Cómo lo has construido?

Ha dado más libertad. Siempre cuando un personaje es real y encima está vivo, tienes más el condicionamiento de que la gente lo conoce y sabe cómo se mueven y cómo hablan, aunque en este caso no se haya querido hacer una imitación. En mi caso ha sido un proceso de creación totalmente libre en el que me ha permitido la licencia también de llevar al extremo a mi personaje. Creo que la serie lo requería y estaba muy bien acompañado por la dirección de Alejandro Marín, que me ha sabido sostener en todo momento y cuando él me veía, como decíamos nosotros, un poco excedido, pues me lo decía y le bajábamos cuatro puntos. He podido disfrutar de un personaje que me ha permitido explorar algo más allá de lo naturalista.

Podemos conocer más a Esteban Guerra a través de su ambición, de su relación con su novia Lucía, de su relación con Carlos, el fotógrafo... ¿Qué clase de hombre de aquella época retrata?

Retratamos a un hombre acomodado, una persona que ha vivido siempre en piloto automático, en lo que han querido los demás, no ha sabido nunca enfrentarse a sus verdaderas ambiciones personales y ha ido siempre a lo que los demás esperan de él. En el viaje que propone la serie, más allá de contar la hazaña que todo el mundo conoce de la victoria de España en Eurovisión del 68, contamos un contexto histórico y unos personajes como el de Esteban Guerra, que se ve obligado a vivir de una manera pero gracias a Eurovisión se le abren nuevos caminos y nuevos horizontes.

¿Eres eurovisivo?

Depende del año, aunque este lo voy a ver más, yo creo.

Una de las recetas que propone tu personaje a la hora de encontrar a la candidatura ganadora es que hay que hacer lo contrario de lo que se espera de nosotros. ¿Estás de acuerdo?

Puede ser. Yo creo que sorprender y hacerlo con lo que uno espera mientras esté bien hecho y con arte siempre es interesante. En el caso de Eurovisión, en aquel momento igual se esperaba de España algo más, no sé, más folclórico o que tirara más al flamenco, las rumbas... que por una canción mucho más melódica y con un estribillo tan pegadizo. No sé si esa será la fórmula, pero desde luego a Esteban Guerra le salió bien.



Patrick Criado y Carolina Yuste son Esteban Guerra y Massiel en 'La canción' (Movistar Plus+)

En la serie, como pasó en la realidad, uno de los principales conflictos es el deseo de Joan Manuel Serrat de ir a Eurovisión en catalán. Casi 60 años después aún no ha sonado este idioma en el Festival...

Eso también es una reflexión interesante que puede dejar a la serie, como que igual no somos tan modernos como creemos.

¿Sucederá algún día?

Considero que España es plurinacional y que hay mucha variedad de idiomas, de cultura dentro de la misma España. Y que sería interesante también ver un festival, en el Festival de Eurovisión, mandar canciones con otras lenguas que también nos representan. Sería interesante, la verdad.

¿Massiel ha participado de alguna manera en la serie?

No, no ha participado. Ella está en un momento personal complicado, está atravesando una enfermedad y no se contactó con ella. Además, tampoco es un biopic. Sí que me consta que a Serrat se le contactó pero no quiso saber nada. Yo me imagino que para él también fue una época complicada y lo pasaría mal porque se le tachó de ambos lados del tablero.

La pregunta del millón, ¿por qué España lleva desde entonces, bueno, desde el año siguiente con Salomé, sin ganar Eurovisión? ¿Qué tenemos que hacer?

Esto lo he hablado con los compañeros y compañeras también, como que no sabíamos bien por qué. Es muy difícil, siempre hay por lo menos cuatro o cinco artistas que son enormes con unas canciones muy buenas y que por eso precisamente la hazaña de Masiel es aún más grandiosa.



La victoria de Massiel en Eurovisión en 'La canción' (Movistar Plus+)

¿Cómo ves este año a Melody?

Ella tiene mucho de lo que podía tener Massiel en aquel momento. Yo creo que es una folclórica nata. Creo que tiene mucho carisma y que nos puede representar bien. A mí me gusta. 'Esa diva' es pegadiza y puede pegar la sorpresa. A mí me gusta.

Y de Eurovisión a ponerte el kimono, porque sigues grabando 'Karateka'. ¿Cómo va, qué nos puedes contar?

Ahora nos vamos a Japón para terminar la película allí, así que estoy muy contento. Andrea Ros se ha dado una paliza a entrenar, es muy dura. Es una pedazo de actriz, súper comprometida y muy generosa. Y yo creo que se sale en la película, creo que va a dar mucho de qué hablar. Yo estoy muy feliz de haber vuelto a coincidir con ella después de 'Mar de plástico' hace diez años. Sandra Sánchez, que es el personaje real que ella interpreta, está encantada con que lo haya hecho Andreaa y ya son prácticamente. Está siendo un muy buen viaje.



‘La Canción’ de nuestra vida

● Movistar Plus + estrena la serie que narra la victoria de Massiel en Eurovisión 1968 ● Carolina Yuste interpreta a la polémica cantante

F. A. G. · EP

Movistar Plus + ha incorporado esta semana *La Canción*, miniserie de producción propia sobre el memorable triunfo del *La, la, la* de Massiel en Eurovisión, desde 1968 única victoria en solitario de un país de gran talento musical como España en el festival.

Cuenta con tres capítulos y es una ficción basada en hechos reales y con algunos personajes ficticios para darle un tono más vibrante, creada por Pepe Coira y Fran Araújo, (de otras series de Movistar Plus + como *Rapa o Hierro*). En sus tres horas repasa el accidentado camino que llevó a España Eurovisión, con la expulsión de Serrat al querer cantar en catalán un tema que habían compuesto para él el Dúo Dinámico, y la llamada precipitada a la madrileña, que estaba en México y regresó a pocos días del festival, con la oposición familiar. *La Canción* retrata la dictadura franquista en pleno desarrollismo, entre choque entre tradición y modernidad, en tiempos de encrucijada para el régimen que, más adelante, optó por endurecer sus medidas frente a todo atisbo de aperturismo y oposición.

Eurovisión, con Manuel Fraga como ministro de Información y Turismo, se había convertido en una cuestión de estado, para proyectar de cara al exterior una imagen renovada de un país que apenas una década antes estaba sumido en la autarquía.

La actriz extremeña Carolina Yuste, Goya por *La infiltrada*, es la encargada de interpretar a Massiel, la cantante enviada a última hora y que había ya destacado por temas incoformistas y un feminismo latente, toda una osadía en una España que era conservadora y machista. Su apodo, *La tanqueta de Leganitos*, ya lo advertía. El franquismo pasó factura a la ganadora eurovisiva por sus desplantes y tanto ella como Serrat se convirtieron en dos proscristos de cara a los medios oficiales. “Era una diva con mando en plaza, una mujer valiente que se hacía escuchar y respetar”, observa Yuste sobre el personaje real al que ha dado vida, sin parodiarn, y aportando su voz.

“Tendría miedo, seguro... pero se enfrentó a muchas cosas”, resalta la extremeña. Massiel y Serrat se vieron envueltos en la tra-



Los creadores y protagonistas de ‘La Canción’, la serie sobre la victoria de Massiel en Eurovisión.

ma de la victoria europea, trabajada en la trastienda, como muestra la serie. “Era una adelantada”, asevera Fran Araújo quien destaca de Massiel su “fuerza imparable”, como añade Coira sobre el valor que le echaba a las entrevistas.

Con estos artistas en liza y muchos más contratiempos que los esperados, al Ministerio de Fraga le interesaba que España, que comenzaba tener relieve como destino de miles de turistas y divisas, debía mostrar una imagen más fresca y actual para ser una potencia en la industria del ocio. “Cuando empezamos a investigar sobre TVE aparecía el término de operación festivales, lo que nos dio pistas de que realmente había un esfuerzo real por ganar festivales”, explica Araújo. Además de Eurovisión aquella TVE también recibía premios en festivales audiovisuales y llegaban galardones polémicos en el cine.

“A Serrat lo estaban intentando convertir en ese perfecto joven español. Había un uso propagandístico de gente que realmente no estaba cómoda en ese espacio”, analizan los creadores sobre lo sufriido por el cantautor catalán. Se sintió presionado con campañas en su contra por las dos partes, con menosprecio de los que habían sido sus compañeros en la Nova Cançó Catalana, que le criticaban por ser símbolo del régimen. Su petición de cantar en catalán fue



Carolina Yuste como Massiel.

un escándalo nacional y pese a todo no terminó de empañar la candidatura del *La, la, la* que era la favorita junto al *Congratulations* de los anfitriones, a cargo de un ídolo con Cliff Richard.

“La decisión de Serrat de renunciar me parece que fue muy valiente y muy coherente con su manera de ver el mundo”, responde Marçal Borrás, actor que encarna al cantante en *La canción* y que también canta con su voz para dar mayor personalidad propia a su interpretación. Admite el actor que el cantante barcelonés “sintió que su

arte estaba siendo instrumentalizado de una manera que él estaba totalmente en desacuerdo”. Tras una gira de un mes y medio por Europa, Serrat se vio fuera de lo que había sido su trayectoria como artista de reivindicaciones. “Fue cuando regresó a su casa cuando vio que se había ido de madre”, analiza Borrás. “Yo creo que la postura de Serrat la ha acompañado siempre la polémica, porque no satisfacía ni a unos ni a otros”, asegura Alex Brendemühl, que da vida al legendario Artur Kaps, el austriaco que llegó a España en la posguerra junto a otros artistas de sus países y que fue el director artístico de la representación española en Eurovisión 1968. El intérprete señala que Serrat no estaba muy a favor de que se hiciera esta serie. “Y lo puedo entender, el personaje no sale muy bien parado tampoco”, adelanta y cree que el cantautor “se vio involucrado en una cuestión política, identitaria, idiomática y cultural que se le escapó de las manos”.

Y Patrick Criado da vida a un imaginario joven y ambicioso director de RTVE Esteban Guerra que es quien forma el eje de la narración. Junto a Kaps forma el tandem responsable de llevar a buen puerto esta *Operación Eurovisión*. Fraga Iribarne está interpretado por Xosé A. Touriñán y elenco lo completan Laia Manzanares, Carlos Santos, el onubense Mariano Peña y Eneko Sagardo.



‘La Canción’ de nuestra vida

● Movistar Plus + estrena la serie que narra la victoria de Massiel en Eurovisión 1968 ● Carolina Yuste interpreta a la polémica cantante

F. A. G. · EP

Movistar Plus + ha incorporado esta semana *La Canción*, miniserie de producción propia sobre el memorable triunfo del *La, la, la* de Massiel en Eurovisión, desde 1968 única victoria en solitario de un país de gran talento musical como España en el festival.

Cuenta con tres capítulos y es una ficción basada en hechos reales y con algunos personajes ficticios para darle un tono más vibrante, creada por Pepe Coira y Fran Araújo, (de otras series de Movistar Plus + como *Rapa* o *Hierro*). En sus tres horas repasa el accidentado camino que llevó a España Eurovisión, con la expulsión de Serrat al querer cantar en catalán un tema que habían compuesto para él el Dúo Dinámico, y la llamada precipitada a la madrileña, que estaba en México y regresó a pocos días del festival, con la oposición familiar. *La Canción* retrata la dictadura franquista en pleno desarrollismo, entre choque entre tradición y modernidad, en tiempos de encrucijada para el régimen que, más adelante, optó por endurecer sus medidas frente a todo atisbo de aperturismo y oposición.

Eurovisión, con Manuel Fraga como ministro de Información y Turismo, se había convertido en una cuestión de estado, para proyectar de cara al exterior una imagen renovada de un país que apenas una década antes estaba sumido en la autarquía.

La actriz extremeña Carolina Yuste, Goya por *La infiltrada*, es la encargada de interpretar a Massiel, la cantante enviada a última hora y que había ya destacado por temas incoformistas y un feminismo latente, toda una osadía en una España que era conservadora y machista. Su apodo, *La tanqueta de Leganitos*, ya lo advertía. El franquismo pasó factura a la ganadora eurovisiva por sus desplantes y tanto ella como Serrat se convirtieron en dos proscristos de cara a los medios oficiales. “Era una diva con mando en plaza, una mujer valiente que se hacía escuchar y respetar”, observa Yuste sobre el personaje real al que ha dado vida, sin parodiarn, y aportando su voz.

“Tendría miedo, seguro... pero se enfrentó a muchas cosas”, resalta la extremeña. Massiel y Serrat se vieron envueltos en la tra-



Los creadores y protagonistas de ‘La Canción’, la serie sobre la victoria de Massiel en Eurovisión.

ma de la victoria europea, trabajada en la trastienda, como muestra la serie. “Era una adelantada”, asevera Fran Araújo quien destaca de Massiel su “fuerza impresionante”, como añade Coira sobre el valor que le echaba a las entrevistas.

Con estos artistas en liza y muchos más contratiempos que los esperados, al Ministerio de Fraga le interesaba que España, que comenzaba tener relieve como destino de miles de turistas y divisas, debía mostrar una imagen más fresca y actual para ser una potencia en la industria del ocio. “Cuando empezamos a investigar sobre TVE aparecía el término de operación festivales, lo que nos dio pistas de que realmente había un esfuerzo real por ganar festivales”, explica Araújo. Además de Eurovisión aquella TVE también recibía premios en festivales audiovisuales y llegaban galardones polémicos en el cine.

“A Serrat lo estaban intentando convertir en ese perfecto joven español. Había un uso propagandístico de gente que realmente no estaba cómoda en ese espacio”, analizan los creadores sobre lo sufriido por el cantautor catalán. Se sintió presionado con campañas en su contra por las dos partes, con menosprecio de los que habían sido sus compañeros en la Nova Cançó Catalana, que le criticaban por ser símbolo del régimen. Su petición de cantar en catalán fue



Carolina Yuste como Massiel.

un escándalo nacional y pese a todo no terminó de empañar la candidatura del *La, la, la* que era la favorita junto al *Congratulations* de los anfitriones, a cargo de un ídolo con Cliff Richard.

“La decisión de Serrat de renunciar me parece que fue muy valiente y muy coherente con su manera de ver el mundo”, responde Marçal Borrás, actor que encarna al cantante en *La canción* y que también canta con su voz para dar mayor personalidad propia a su interpretación. Admite el actor que el cantante barcelonés “sintió que su

arte estaba siendo instrumentalizado de una manera que él estaba totalmente en desacuerdo”. Tras una gira de un mes y medio por Europa, Serrat se vio fuera de lo que había sido su trayectoria como artista de reivindicaciones. “Fue cuando regresó a su casa cuando vio que se había ido de madre”, analiza Borrás. “Yo creo que la postura de Serrat la ha acompañado siempre la polémica, porque no satisfacía ni a unos ni a otros”, asegura Alex Brendemühl, que da vida al legendario Artur Kaps, el austriaco que llegó a España en la posguerra junto a otros artistas de sus países y que fue el director artístico de la representación española en Eurovisión 1968. El intérprete señala que Serrat no estaba muy a favor de que se hiciera esta serie. “Y lo puedo entender, el personaje no sale muy bien parado tampoco”, adelanta y cree que el cantautor “se vio involucrado en una cuestión política, identitaria, idiomática y cultural que se le escapó de las manos”.

Y Patrick Criado da vida a un imaginario joven y ambicioso director de RTVE Esteban Guerra que es quien forma el eje de la narración. Junto a Kaps forma el tandem responsable de llevar a buen puerto esta *Operación Eurovisión*. Fraga Iribarne está interpretado por Xosé A. Touriñán y elenco lo completan Laia Manzanares, Carlos Santos, el onubense Mariano Peña y Eneko Sagardo.

En Movistar +

'La canción': la loca historia de cómo llegó la Tanqueta de Leganitos a lo más alto de Eurovisión

Fran Araújo y Pepe Coira rescatan en esta serie la gesta de la primera victoria de España en Eurovisión con el 'La, la, la' de Massiel en 1968

M+ | ★★★★☆

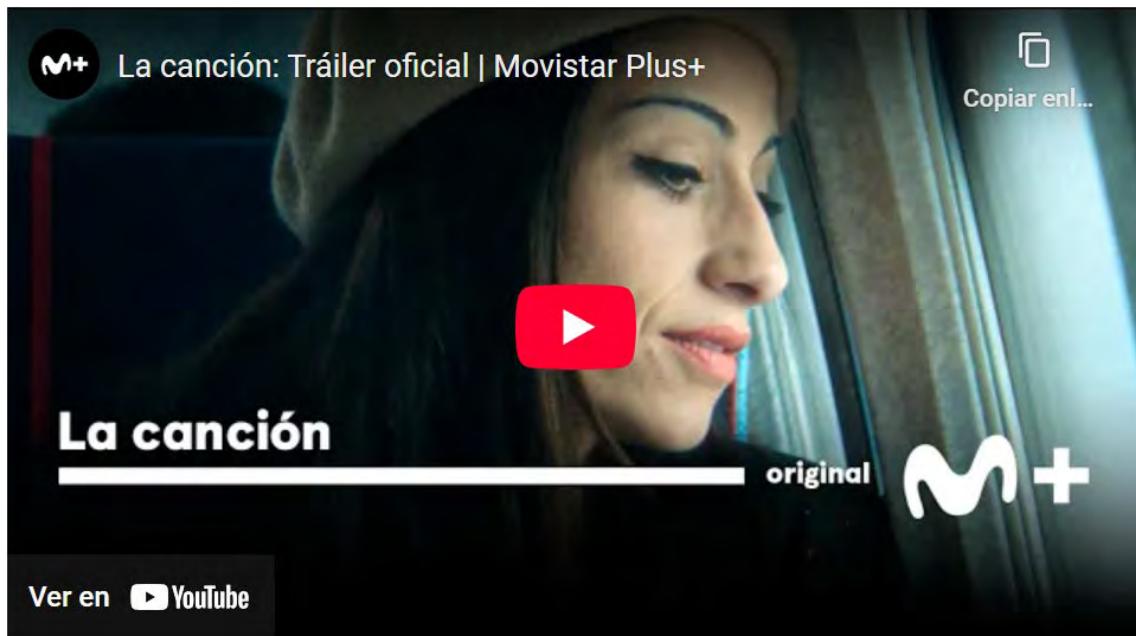


Carolina Yuste es Massiel en 'La canción'. (Movistar+)

Por **Marta Medina** 09/05/2025 - 05:00

"Cuando la leyenda se convierte en hecho, imprime la leyenda", sentenció Maxwell Scott (Carleton Young) en *El hombre que mató a Liberty Valance* (1962). Y es lo que han hecho los guionistas Fran Araújo y Pepe Coira, pareja creativa detrás de *Rapa y Hierro*, con el arranque de su última serie, *La canción*, una cápsula del tiempo a ese 1968 en el que la España franquista se convirtió en el epicentro de moda gracias a la repetición de una sola sílaba: el *La, la, la* de Massiel. Bueno, más que de Massiel, de Ramón Arcusa y Manuel de la Calva, el Dúo Dinámico, los compositores de uno de los temas más recordados del concurso.

Al menos aquí. A lo largo de sus tres capítulos, que se han estrenado este jueves en Movistar+, *La canción* reproduce el frenético y pedregoso camino que llevó al *La, la, la* "hasta la victoria, Franco".



Tráiler de 'La canción'

En una entrevista en 2008, José María Íñigo, experto presentador eurovisivo, dejó caer que "a España le interesaba mucho ganar Eurovisión, por tener un cierto renombre en algo, y el festival de Eurovisión le venía muy bien". Faltan siete años para la muerte de Franco y el tirano busca imprimir una falsa sensación de modernidad en un país en pleno desarrollismo turístico. Lo demuestran películas como *Bahía de Palma* (1962), de Juan Bosch, en la que Arturo Fernández interpreta a un pianista de hotel que se enamora de la alemana Elke Sommer, portadora del primer bikini de la historia del cine español, o *El turismo es un gran invento* (1968), de Pedro Lazaga, con Paco Martínez Soria entregándose al hedonismo y desenfreno multicultural marbellí. España debía disimular la caspa y los grises en unos sesenta que en el Primer Mundo estaban llenos de color, de amor libre y de oposición a las dictaduras.

Tal fue el impacto de Eurovisión en España que el propio José María Íñigo participó en 1969 en una película-venganza contra el formato, *Un, dos, tres... al escondite inglés*, dirigida por Iván Zulueta -con quien Íñigo trabajaba en el programa musical *Último grito*- y producida por José Luis Borau, en la que un grupo de melómanos deciden boicotear al representante español en Mundocanal, un certamen parodia de Eurovisión, en el que participan grupos como Los íberos, Fórmula V, Los buenos y Los mitos, entre otros.

En ese contexto, *La canción* imagina a un Franco septuagenario (Luis G. Gámez) de cacería, al que le sobreviene la ocurrencia de ganar Eurovisión para limpiar la imagen de España. Y le encomienda a Manuel Fraga (qué bien volver a encontrarnos con Xosé A. Touriñán, el Agorastocles de *Justo antes de Cristo*),

ministro de Información y Turismo, que lo consiga. A partir de ahí, la serie inventa a Esteban Guerra (Patrick Criado), su protagonista, un joven ambicioso salido de un pasado humilde en Palencia y bien dispuesto a escalar en el organigrama de RTVE, encargada de organizar la expedición española en una Eurovisión convocada por la televisión pública inglesa.



Los Francisco Franco y Carmen Polo de 'La canción'. (Movistar+)

Alrededor de Guerra pululan personajes reales, como Joan Manuel Serrat (Marcel Borràs, uno de los renovadores, junto a Nao Albet, del teatro de las últimas décadas), Massiel (Carolina Yuste, ganadora de dos goyas por *La infiltrada* y *Carmen y Lola*), Artur Kaps (Alex Brendemühl interpreta a este realizador televisivo austríaco afincado en Madrid) y Enrique Balmaseda (Carlos Santos), quien llegó a ser director del ICAA, y personajes ficticios como Lucía (Laia Manzanares), la novia farmacéutica de Esteban, cada vez más atraída por los movimientos estudiantiles antifranquistas.

Y es esta integración del contexto histórico en la ficción -incluso a través de imágenes super8 de archivo- con lo que juega *La canción* para reforzar la verosimilitud del relato. Incluso la fotografía de Andreu Ortoll (también responsable de la imagen de época de *Te estoy amando locamente*, 2023) recurre a un ruido digital que imita la textura de las cámaras de la época -como cantaba *la bruja Avería*, "Orticon, Plumbicon y Saticon", que eran algunos de los sistemas que usaban en RTVE- y que juega a diluir la frontera entre la imagen documental y la ficción construida.

La serie recorre los espacios supervivientes de aquellos sesenta -¿dónde está ese maravilloso aeropuerto revestido de madera?- , del Madrid de los edificios institucionales por la mañana y de los espectáculos de travestis por la noche, en una permanente tensión entre la represión y el cambio.



Patrick Criado y Eneko Sagardoy en 'La canción'. (Movistar+)

La canción, dirigida por Alejandro Marín (*Te estoy amando locamente*), imprime un ritmo rápido, humor y bastante carácter a una cuenta atrás para ganar Eurovisión llena de obstáculos: los juegos de poder dentro de la corporación televisiva, las agendas propias dentro del gobierno franquista, las reivindicaciones políticas de artistas críticos con el régimen, como Joan Manuel Serrat (al que en Madrid se empeñan en llamar Juan Manuel), los costes económicos de la gira de promoción de cualquier artista televisivo, sobre todo para un país poco boyante, la rivalidad intrínseca a este tipo de competiciones y los pequeños azares personales e impredecibles. Porque en un universo paralelo Joan Manuel Serrat -que fue la primera opción para Eurovisión 1968- cantó su versión lágarda del *La, la, la* y el *Congratulations* de Cliff Richard se hizo con la victoria.

El tandem Patrick Criado y Alex Brendemühl funciona como dúo de contraste: Criado compone un personaje de andares rígidos y pensamiento encorsetado que se irá relajando a medida que descubre mundo, mientras que Brendemühl aporta con su acento germano deslizado una vis cómica de un hombre de vuelta de todo, que sobrevive hasta las grabaciones de los números orquestados de Cugat y su Chihuahua. Y, por fin, aparece Massiel, la tanqueta de Leganitos, hija de un representante musical con las ideas muy claras de cómo triunfar en la industria y

que en esos momentos se encontraba de gira por Latinoamérica -con parada en la Cuba castrista-, con una Carolina Yuste que aporta madurez, serenidad y determinación al personaje.

Es difícil desprenderse de la *estética Cuéntame* en las producciones de época españolas, pero *La canción* lo consigue la mayor parte del tiempo. Sin ser demasiado arriesgada en la puesta en escena -es fiel a su vocación popular-, tampoco cae en el acartonamiento. Existe una ambición formal -dentro de los límites de una superproducción que se intuye cara- y un cuidado por el detalle que la aleja del simple plano-contraplano funcional, aunque se hubiese agradecido algo más de osadía, algo más de descontrol. Aun así, la serie si se detiene -también en imágenes- en las grietas del discurso oficial, siempre con una mirada de soslayo -entre la ternura y la crítica- de aquellos dejes de una España en minoría de edad, dependiente de los vaivenes del padrecito Franco. Y no faltan los guiños y el subtexto *queer*, sin ponerlos en primer plano. Eso sí, siempre en el código de una comedia familiar que lo pise demasiados callos. Habiendo dejado atrás la censura del régimen, hoy nos encontramos en la censura del consumo, en la que se recurre a códigos velados para contentar a unos y no soliviantar a otros.

En resumen: *La canción* es una serie disfrutona y disfrutable, amable y que aprovecha la resurrección de esta nueva Eurovisión fenómeno posmoderno, con personajes entrañables y cuidado formal, la tercera vía entre las series radicalmente autorales y las ficciones tradicionales, una mirilla confortable a un pasado en constante reescritura.



Además de su triunfo en Eurovisión con Massiel, España también ha ganado con 'La canción', un rayo de luz y armonía con melodía pegadiza

Movistar Plus+ sigue sumando puntos con su lista de series originales

Hace 30 minutos Belén Prieto

Da igual lo que estuvieras haciendo el día que salió la canción. Incluso si no habías nacido aún en el año 1968, porque todos los españoles, tengan la edad que tengan y sea cual sea su generación saben entonar el 'La, la, la' de Massiel. Puede que lo hagan conociendo de primera mano su contexto o que desconozcan de dónde viene. Y ahí está la clave del éxito de esta canción, que fue mucho más allá de ganar el festival de Eurovisión.

Tras la nebulosa de esta victoria que supo a gloria y que se disfruta también a través de la serie incluso a sabiendas de cuál fue el desenlace de la historia, estaba un régimen como el de Franco, toda una anomalía en la Europa de finales de los sesenta, que ansiaba lavar su imagen y sostener mientras pudiera el escaparate del "Spain is different". Y uno de los caminos que se podían tomar para lograrlo era ganar el festival de Eurovisión.

El encargado de asumir este gran reto fue Esteban Guerra (Patrick Criado), el protagonista de la fantástica serie de Movistar Plus+ y un joven ejecutivo de RTVE que descubre que desde muy arriba ha llegado esta orden. No tiene experiencia musical, pero está ansioso por ascender, así que toma las riendas del proyecto y convence de unirse a la aventura al

peculiar Artur Kaps (Alex Brendemühl), responsable detrás de los grandes espectáculos televisivos de la época.

Juntos emprenden la "Operación Eurovision", un plan para encontrar la canción y el intérprete ideales que proyecten en Europa la imagen de un país moderno y abierto, tal como desea el gobierno. El resto es historia, pero merece la pena ver cómo se cuenta en la serie creada por Pepe Coira y Fran Araújo, los cerebros detrás de otros proyectos como 'Rapa' y 'Hierro'.

Después de tropezar se alinean los astros

Como muchos de los movimientos más importantes de la segunda mitad del siglo XX en España, este gran hito de nuestro país también se fraguó entre sillones de cuero y despachos. Concretamente, en los de Radio Televisión Española, que fueron los que vieron nacer uno de los poquitos rayos de luz a los que podía aspirar la sociedad española de aquel momento.

La serie es consciente del trasfondo de la época que pretende retratar y no da puntada sin hilo, sabiendo encontrar el equilibrio perfecto entre el humor, la libertad creativa y un hecho histórico. Y todo ello sin caer en la dulcificación de una caricatura y logrando que el relato encaje perfectamente en tres cápsulas fáciles de digerir.

Costó encontrar la canción y la voz adecuada para cantarla, pero después de ver esta serie, creo que no podríamos haber acertado más confiando en Massiel (Carolina Yuste). No solo porque acabase llevándose la victoria, sino porque además fue un perfil capaz de representar lo que es Eurovisión en sí mismo: un altavoz en favor de la libertad. Y porque tampoco quiso bajar la cabeza y que la convirtieran la imagen de un régimen que seguía condenando cualquier mínimo atisbo de la misma.

Después del tropiezo que hubo con Serrat, al que interpreta Marcel Borràs, llegaron los gestos arquetípicos e icónicos de Massiel, que supo aprovechar el trampolín y llegar a lo más alto.

Mucho más que una canción

Y, al igual que la historia se encaprichó regalándonos aquella victoria, 'La canción' también nos deleita haciendo de esta hazaña un relato capaz de embelesarnos. En ella no encontramos luces de neón ni confeti, sino que vemos personajes rígidos, víctimas de un contexto social y político acartonado y gris. Pero esto no nos impide disfrutarla, porque cuenta con los ingredientes de otras series de calidad que ya encontramos en el catálogo de Movistar Plus+.



Entre ellos están, por supuesto, los actores que forman parte del elenco y que nos invitan a conocer o revisitar uno de los pocos momentos alegres que se vivieron a nivel histórico en aquella época. Patrick Criado, Carolina Yuste, Àlex Brendemühl y Marcel Borràs elevan la serie y encuentran el tono perfecto para que la melodía sea lo más pegadiza posible.



Xosé Touriñán interpreta a Manuel Fraga

AUDIOVISUAL

El gallego Touriñán se transforma en Fraga en la nueva miniserie de Movistar+, que se estrena hoy

- El humorista gallego da vida al histórico político en una ficción sobre el triunfo de Massiel en Eurovisión, creada por Pepe Coira y Fran Araújo

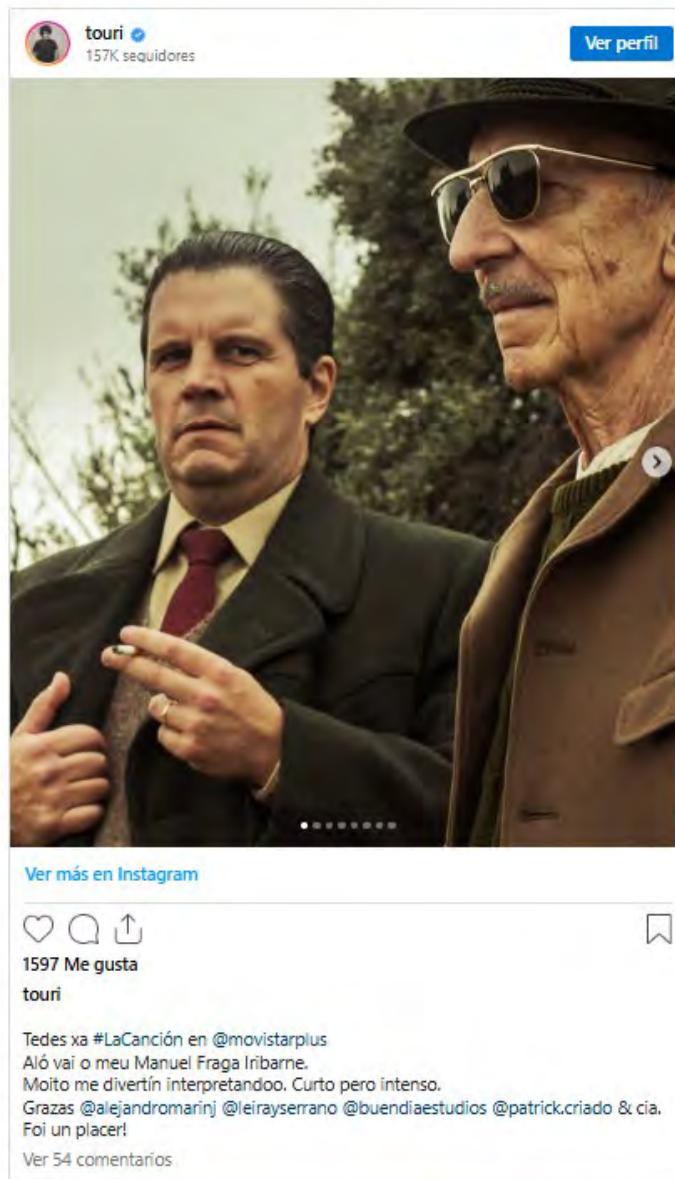
Paula Mahía 8 mayo 2025

Este jueves, 8 de mayo, se estrena en Movistar Plus la nueva miniserie *La Canción*, en la que el humorista gallego Xosé Touriñán interpreta a Manuel Fraga. El propio Touriñán anunció su participación a través de sus redes sociales, donde compartió imágenes del rodaje en las que aparece caracterizado como el exmandatario de la Xunta, en una transformación que ha sorprendido por su gran parecido.

La Canción narra el histórico triunfo de Massiel en el Festival de Eurovisión de 1968, una historia contada con humor y perspectiva política, ideada por los gallegos Pepe Coira y Fran Araújo. La ficción se enmarca en el convulso contexto sociopolítico de la España de finales de los años 60, con figuras clave como Manuel Fraga integradas en el guion.

"Tedes xa #LaCanción en @movistarplus. Aló vai o meu Manuel Fraga Iribarne. Moito me divertín interpretandoo. Curto pero intenso", publicó Touriñán junto a una galería de fotos del rodaje, en la que se aprecia el impresionante trabajo de caracterización que permite al actor encarnar al político con gran fidelidad.

El reparto lo completan Patrick Criado como Esteban Guerra, un joven ejecutivo de RTVE; Àlex Brendemühl en el papel de Artur Kaps, un experto en espectáculos televisivos; Marcel Borràs como Joan Manuel Serrat; y Carolina Yuste, quien interpreta a Massiel y su emblemático "La, la, la".



Touriñán ha expresado públicamente su agradecimiento a los directores, a la productora y, especialmente, a Patrick Criado, con quien habría entablado una estrecha amistad durante las intensas jornadas de grabación. La miniserie consta de tres episodios, pero cuenta con un extenso trabajo de producción detrás.

Además de *La Canción*, el actor y cómico también formará parte del elenco de *Clanes*, cuya segunda temporada ya ha sido confirmada, y de *Rondallas*, el nuevo proyecto de Daniel Sánchez Arévalo.



La cantante Massiel a quien Carolina Yuste interpreta en 'La Canción' Archivo

'La canción', miniserie sobre Massiel y su triunfo en Eurovisión, la gran sorpresa de la semana

Durante tres episodios se conoce la pequeña odisea por la que pasaron la cantante y los ejecutivos españoles que tenían el objetivo claro de ganar el festival

Belén Ester 9 mayo 2025

El 6 de abril de 1968, el Royal Albert Hall de Londres tembló ante el anuncio de que la ganadora del Festival de Eurovisión de aquel año era España. Aquella España que muchos pensaban gris y deprimida. A partir de ese momento, la intérprete de la canción ganadora, una casi desconocida, pero arrolladora Massiel de 20 años, se convirtió en un fenómeno de masas y su canción en un éxito total. La, la, la había hecho historia.

A nivel dramático, era extraño que un acontecimiento social tan importante para la historia popular reciente de España no se hubiera dramatizado nunca. Sin embargo, la espera ha valido la pena y la extraordinaria La canción le ha puesto remedio. Y con creces.

Miniserie de tres capítulos estrenada en Movistar Plus + y protagonizada por una incommensurable Carolina Yuste, la producción cuenta todo el periplo por el que pasaron los implicados en aquel hecho extraordinario que consiguió poner a España en el mapa del mundo como un país abierto, moderno y donde, en pleno Régimen, las jóvenes podían llevar minifalda. Una operación orquestada que dio el mejor de los resultados imaginables.



Carolina Yuste es Massiel en 'La Canción': "Era una mujer con las ideas muy claras que se enfrentó a lo que hiciera falta" Europa Press

Creada por Pepe Coira y Fran Araújo, y protagonizada, además, por Patrick Criado, el siempre excelente Alex Bendremühl, Marcel Borrás y otros secundarios poderosos como Mariano Peña o Carlos Santos, La Canción tiene un montón de aciertos. El más evidente es, seguramente, su espíritu fiestero y festivalero. Una especie de buenrollismo que celebra precisamente aquello que retrata, una España alegre y sin complejos que, intenciones mayúsculas aparte, estaba deseando abrirse al mundo.

Para ello, el diseño de producción, la paleta de colores, el montaje, la música, la estética y el magnetismo de sus intérpretes se conjugan de manera extraordinaria. La Canción es divertida, es entretenida y te tiene con el corazón en puño pues, aunque sepamos su final desde el principio, nos morimos por saber cómo un joven ejecutivo de Televisión Española —Esteban Guerra—, un experto en shows televisivos —Artur Kaps—, un autor catalán —Joan Manuel Serrata— y una cantante novata —Massiel— fueron escribiendo la historia.

De entre todos estos aciertos que, insistimos, son muchos y constantes, destaca uno en especial. Y es ese huracán interpretativo llamado Carolina Yuste. La imparable actriz extremeña es un as en eso de meterse en la piel de personajes reales como hemos visto en algo más de un año en el biopic sobre el humorista Eugenio, Saben aquell, en el que da vida a su mujer y, por supuesto, en la super galardonada La infiltrada en donde interpreta a una policía que se infiltró en ETA.

Y es que a sus 33 años no sólo ha podido meterse en la piel de una Massiel de 20 con coherencia y eficacia, gracias a un maquillaje y caracterización también notables, sino que, sin aspiraciones de imitar a la verdadera Massiel, ni convertirse en una su caricatura, ha sabido beber del espíritu del personaje haciéndolo completamente suyo. Sin ella, no lo duden, esta pequeña joya de la televisión no habría sido posible.

Con La Canción la diversión está garantizada, aunque sin ñoñerías, sin obviar algunos instantes oscuros. La Canción es justa con el pasado, lo mira de frente, señala lo menos amable de aquel hecho extraordinario y celebra todo lo demás. Que fue mucho.

Lo que estoy viendo

NATALIA MARCOS 8 MAYO 2025



Patrick Criado, protagonista de 'La canción'. / MOVISTAR PLUS+

Aunque ahora ande pegada al cónclave (mientras escribo esto, el miércoles por la tarde, estoy viendo cómo sale un montón de gente de la Capilla Sixtina y se quedan solos los cardenales para empezar la primera votación) y a las novedades de la tele en abierto, en los ratos libres en una semana agitada me he refugiado en la ficción. Terminé los seis episodios de *El eternauta* (Netflix). Aunque para mi gusto hay un pelín de sobredosis de distopías apocalípticas en la televisión, como sigo sin haber empezado la segunda temporada de *The Last of Us* la vi con gusto. Me echan para atrás las cucarachas enormes esas, y la narrativa es a veces algo confusa, pero entiendo que es a propósito. Gana cuanto más pegada a la tierra se mantiene y más se centra en la supervivencia, en las relaciones, en la organización para sobrevivir.

También he visto los tres capítulos de *La canción* (Movistar Plus+), que combina realidad y ficción para contar cómo España ganó Eurovisión. La serie es entretenida y tan ligera que se pasa volando. Esperaba algo más de thriller político, pero creo que, para que nadie espere otra cosa, como me pasó a mí al principio, lo mejor es venderla como una comedia. Cuela temas sociales y políticos aquí y allá, pero la esencia es una comedia de enredos con Serrat, Massiel, un realizador de televisión austriaco y un

ejecutivo de TVE de poca monta como protagonistas. También es un bonito homenaje a la televisión y a la cultura pop. No te cambiará la vida ni te hará reflexionar en profundidad, pero te entretendrá tres horas. Yo hoy no le pido mucho más a la vida.

Entretenimiento de otro tipo es el que ofrece *Nueve cuerpos* (Nine Bodies in a Mexican Morgue, martes 13 en AXN). Solo he visto el primer episodio de esta especie de Y no quedó ninguno que tiene como protagonistas a un grupo de supervivientes de un accidente de avioneta en la selva mexicana. Uno a uno empiezan a caer hasta que sospechan que hay un asesino entre ellos. Las críticas han sido tibias, pero ni es *Perdidos* ni pretende serlo: creo que es consciente de lo que es y que los espectadores que la veamos sabemos que tenemos que hacer concesiones. A veces solo quieres ver a personajes con una inteligencia limitada tomando decisiones estúpidas y muriendo uno detrás de otro.

Para más adelante dejaremos *Los ensayos* (The Rehearsal, Max), solo llevo dos episodios de la segunda temporada y quiero ver más para comentar, pero sigo dando gracias a la televisión, o a HBO, por seguir haciendo este tipo de productos tan inclasificables.

ABC Favorito

¿Cómo se fraguó el éxito de Massiel y su 'La La La' en Eurovisión?

Ahora, una serie de Movistar+ nos lo cuenta todo: descubre la apasionante historia de La canción.



Alejandra Santisteban Guiu 08/05/2025

En 1968, España aún se encontraba bajo la dictadura de Francisco Franco, aunque el régimen ya mostraba signos de desgaste, aumentado por la creciente contestación social entre estudiantes y trabajadores. La represión, aunque seguía siendo muy intensa, se mezclaba con un ambiente palpable de cambio y agitación, influido también por la presión internacional.

Signos de estos cambios: en 1966, por ejemplo, se aprobaron leyes que intentaban suavizar la situación, como la Ley de Prensa, aunque, en general, la censura y el control seguían vigentes. Movimientos como el Mayo del 68 en Francia azuzó la conciencia de la población, y la oposición política y sindical se hacía cada vez más fuerte en la clandestinidad.

Cómo ganar Eurovisión: La serie



El mundo de la cultura también quería dar visos de modernidad, y en esas el concurso de Eurovisión fue el centro del foco del Gobierno de España. Artur Kaps, responsable de algunos de los shows televisivos más espectaculares de la época, tenía una misión: ganar el concurso de Eurovisión para proyectar en Europa la imagen de España de un país moderno y abierto, tal era el deseo del gobierno.

Kaps, ni corto ni perezoso, se alió con Esteban Guerra, un joven ejecutivo de RTVE sin experiencia en el campo musical, para encontrar la canción ganadora de Eurovisión. Y vaya si lo lograron. ¿Quién no ha tarareado alguna vez la canción de Massiel 'La, La, La'?

Ahora, la historia tras la creación y el éxito de Massiel en Eurovisión es el leitmotiv de la nueva serie de producción nacional *La canción*, que se acaba de estrenar hoy 8 de mayo en Movistar Plus+. Interpretada por Patrick Criado (Esteban Guerra), Álex Brendemühl (Artur Kaps) y Carolina Yuste (Massiel), además de los nombres de Marcel Borrás, Mariano Peña, Carlos Santos, Laia Manzanares y Carlos González.

Una serie carismática y llena de buenos personajes

Originalmente, la canción que acabaría ganando el festival iba a ser interpretada, originalmente, por Joan Manuel Serrat, que propuso hacerlo en catalán, pero ante la negativa de Televisión Española, fue Massiel la elegida para interpretarla. En solo una semana tuvo que aprenderse la letra, grabar y promocionar la canción.

Compuesta por Ramón Arcusa y Manuel de la Calva, más conocidos por formar parte del Dúo Dinámico, Massiel se ha acabado convirtiendo en todo un ícono pop en nuestro país, logrando una hazaña que solo repetiría, un año después, la cantante Salomé con su inmortal 'Vivo cantando' que ganó Eurovisión en un cuádruple empate junto a Reino Unido, Francia y Países Bajos.



La crítica ha recibido con los brazos abiertos a La canción. El periodista Jose Madrid ha dicho de ella que «llena el vacío de producciones sobre ese fenómeno llamado Eurovisión y capta con inteligencia una época ilusionante, con primeros signos de libertad y marcada por un aislacionismo felizmente superado».

Por su parte, Matías G. Rebolledo apela a los creadores de la serie, Pepe Coira y Fran Araújo -artífices también de las series Hierro y Rapa, ambas en Movistar Plus+- asegurando que ambos realizadores «encuentran la melodía perfecta (y disfrutona) de Massiel para evitar los charcos históricos» y añade «el gran atractivo de 'La canción' pasa por el ritmo y el carisma de sus personajes».

Si te interesa un pedazo de nuestra historia reciente, seas eurofan o no, no te puedes perder La canción en Movistar Plus+. Un planazo para el fin de semana que se nos viene.

Esta plataforma estrena en exclusiva 'La canción', la serie sobre Massiel y su éxito en Eurovisión

CINEMANÍA - SERIES 20DECOMPRAS | NOTICIA | 08.05.2025 - 15:00H [D](#) [f](#) [X](#) [G](#) [M](#)

La ficción histórica consta de tres episodios y está disponible en Movistar Plus+ donde, por menos de 10 euros al mes, se puede disfrutar de mucho contenido.



Patrick Criado y Carolina Yuste como Esteban y Massiel en 'La canción' Movistar Plus+

En plena antesala de la celebración de Eurovisión 2025, que tendrá lugar el próximo 17 de mayo en Basilea (Suiza), Movistar Plus+ aprovecha el tirón para recordar uno de los hitos de la historia de España y de esta cita musical. Mientras comienzan las apuestas y tenemos a una Melody entregada con Esa Diva, Massiel vuelve a la palestra con su icónico La, la, la.

Lo hace a través de La canción y de la actriz Carolina Yuste quien protagoniza esta ficción histórica que repasa el éxito de Massiel en Eurovisión. Esta serie consta de tres capítulos que pueden verse en exclusiva en Movistar Plus+ con la suscripción a su plan de streaming de 9,99 euros al mes que no requiere contratar otros de sus servicios.

La ficción narra todos los detalles de la elección de Massiel para representar a España en Eurovisión, un hecho que ocurrió en tiempo récord, puesto que en principio iba a ocupar este lugar Joan Manuel Serrat, pero se negó a cantar en castellano, lo que

causó un gran revuelo político. Así, Massiel se posicionó como la figura perfecta para dar una imagen de una España unida y comprometida que le llevó al triunfo.

La historia de Massiel en Movistar Plus+

El elenco para dar vida a esta época de la historia de España está formado por Carolina Yuste, quien da vida a Massiel y por Patrick Criado, en la piel de Esteban Guerra, el ejecutivo de TVE que tiene por misión asegurar el triunfo de España en el certamen musical. También intervienen Àlex Brendemühl como Arthur Kaps, Marcel Borràs como Serrat, Eneko Sagardoy, Carlos Santos y Garmon Rhys, entre otros.

Esta ficción, guionizada por Fran Araújo y Pepe Coire; y dirigida por Alejandro Marín, se estrena el 8 de mayo en Movistar Plus+. El acceso a esta plataforma tiene un precio de 9,99 euros al mes y esto permite disfrutar de series y películas exclusivas, documentales y una serie de eventos deportivos seleccionados, entre ellos, la Champions y algunos partidos de LaLiga.



Celebrities > El estilo de...

Massiel, sobre el vestido que llevó a Eurovisión en 1968: "Le dije a André Courrèges, si usted me hace este traje, yo gano seguro"

La artista ha contado cómo consiguió que el modista francés creara el icónico vestido con flores bordadas con el que se convirtió en ganadora del festival de Eurovisión a finales de los años 60.

Por María Aguirre Publicado: 08/05/2025

Movistar Plus+ acaba de estrenar *La canción*, una miniserie creada por Pepe Coira y Fran Araújo que cuenta todo el plan que se orquestó desde el gobierno de España para que de cara al Festival de Eurovisión de 1968 se encontrara el tema y el intérprete ideal que se alzara con el triunfo y, de paso, proyectara en Europa la imagen de un país moderno y abierto. La protagonista de esta ficción es Carolina Yuste, que es a quien se ha encomendado la tarea de meterse en la piel de Massiel,

quien finalmente fue elegida para actuar en el famoso certamen y ganó el primer puesto en las votaciones.

La artista fue seleccionada in extremis apenas dos semanas antes del evento como sustituta de Serrat para poner voz a la pegadiza La La La, por lo que contaba con muy poco tiempo para ensayar y preparar todo. "Mi padre me decía: 'Pase lo que pase, te van a dar por todos los lados'", confesó la cantante a hace unos días en el programa de televisión Y ahora Sonsoles, donde recordó a sus 76 años el reto artístico que supuso para ella.



Uno de los objetivos de Massiel en los días previos a Eurovisión era dar con el look perfecto y por eso no dudó en ir ella misma en su búsqueda y comprarlo de su bolsillo. "Vi que nadie me ofrecía de qué vestirme y entonces Courrèges me recibió", confesó la artista en el 2020 a su paso por otro programa, Maestros de la costura, sobre cómo consiguió convencer al famoso modista francés. "Le dije que me tenía que hacer una minifalda. Al principio no me quería recibir pero le expliqué que representaría a España en Eurovisión y me lo tenía que hacer. Le dije, 'Si usted me hace este traje, yo gano'", relató la primera que .

Finalmente André Courregès aceptó el encargo y confeccionó el ya icónico vestido blanco minifaldero de corte imperio con flores rosas bordadas que se vio sobre el escenario del Royal Albert Hall de Londres y que, aunque estuvo un tiempo expuesto en el Museo del Traje, regresó al armario de la propia Massiel porque, como indicó ella misma en el mencionado espacio televisivo: "La idea fue mía, lo pagué y me lo quedé".



ACTUALIDAD TV

Ni Adolescencia ni El Eternauta, tienes que ves esta serie sobre el triunfo de Massiel en Eurovisión que se estrena hoy en Movistar Plus

Llega *La canción* a Movistar Plus, la serie de ficción que nos narrará todos los secretos y los sucesos que condujeron a nuestra primera victoria en Eurovisión con Massiel y su *La, la, la*. Una serie de lo más ilusionante que apunta a ser uno de los estrenos del año.



Carolina Yuste como Massiel en una escena de la serie de *La canción*

Juan Martín · 8 de mayo de 2025, 07:49 h

Movistar Plus presenta *La canción*, uno de los proyectos más ilusionantes que ha producido la plataforma en los últimos años sobre uno de los momentos históricos más importantes de nuestra pasado más contemporánea. Una victoria que se cimentó sobre los hombros de la cantante Massiel, pero que tuvo una serie de movimientos tras el telón que resultaron claves para que el La, la, la se alzara con el primer premio y que nos narran en esta ficción al más puro estilo feelgood movie.

La serie está creada por el dueto conformado por Pepe Coira (*Hierro*) y Fran Araújo (*Rapa*), que logran dar forma a una trama irresistible protagonizada por la ganadora del Goya Carolina Yuste (*La infiltrada*) y con un elenco de aúpa en el que destacan Patrick Criado (*La gran familia española*), Àlex Brendemühl (*Reina Roja*), Marcel Borrás (*Sé quién eres*), Mariano Peña (*Aída*), Carlos Santos (*El crack Cero*) o Laia Manzanares (*Merli*).



Esteban (Patrick Criado) y Artur (Àlex Brendemühl) moverán cielo y tierra para encontrar la canción perfecta.

Todos ellos aportan su granito de arena para que la serie vaya en la dirección correcta, con una producción magnífica y súper bien ambientada en la España de 1968, con una dirección artística y un vestuario brillante. Lo cierto es que la presentación de la serie no podría ser mejor, con una escena cuidada hasta el más mínimo detalle y que ya es un motivo más que de sobra para echarle un ojo a la serie, pero no es el único.

La canción y aquella España gris que necesitada de color

Una España que comenzaba a levantar cabeza, pero que se encontraba aún inmersa en una dictadura que seguía limitando muchos aspectos de la vida de una sociedad que cada vez se sentía más libre y buscaba ilusionarse. Y eso es precisamente lo que consigue transmitir la serie de Movistar Plus, iluminando con su música, sus luces y sus canciones, y logrando arrojar una nota de color a una década complicada en nuestro país.

La serie explora todo el fenómeno de este histórico festival de Eurovisión, reflejando el valor que se le otorgó desde RTVE y el Gobierno al concurso televisivo con una idea muy clara en mente: había que ganar ese año sí o sí y sin excusas. La victoria de Massiel fue trascendental y supuso un chute de energía e ilusión al país, que volvía a sentir que importaba al resto del mundo y que aún tenía algo que decir en el plano internacional.

El brillante casting de La canción

A todo el aspecto técnico y de producción se le une un casting soberbio y cargado de grandes actuaciones en una suerte de duelo de interpretaciones entre los cuatro protagonistas de la serie, que dan vida a los responsables de un hecho histórico como este. A saber, Massiel (Carolina Yuste), Artur Kaps (Àlex Brendemühl), Esteban Guerra (Patrick Criado) y un Marcel Borrás que da vida al mítico Serrat.

Todos ellos están fascinantes en sus papeles, como muestra de un trabajo coral de enorme calibre en el que destaca especialmente Brendemühl, que lleva tiempo demostrando que es un actor de enorme talla y que merece un mayor reconocimiento. Del mismo modo que sucede con los dos creadores, que han dado vida a algunas de las mejores producciones televisivas de nuestro país en los últimos años.

El festival de Eurovisión

Y, por supuesto, tocaba hablar de la canción, del festival y de cómo se orquesta toda la preparación de cara a triunfar en la noche de la música europea. Para ello, Coira y Araújo nos presentan a Esteban (Criado), un joven y ambicioso ejecutivo de RTVE sin experiencia en la música que asume la responsabilidad de liderar el proyecto vencer en Eurovisión. Para ello, se rodea de un equipo encabezado por Artur Kaps, un mítico realizador de espectáculos televisivos de origen austriaco.

Juntos, emprenden la Operación Eurovisión y se dedican en cuerpo y alma a encontrar la canción y al artista que la interprete para triunfar en el certamen continental. Un viaje de lo más fresco y divertido, que mezcla muy bien la comedia y el drama del momento histórico que vivía nuestro país en esos años, logrando una pieza entretenida, emotiva y muy entrañable.



Massiel (Carolina Yuste) será finalmente la escogida para representar a España en Eurovisión.

Todo esto encontrarás en *La canción*, la serie de que llega a Movistar Plus para relatarnos en tres episodios brillantes la victoria de Massiel en Eurovisión y todo lo que supuso para la apertura internacional de nuestro país. Una producción que deja muy buen sabor de boca y que entra de lleno a pelear de tú a tú con otras grandes producciones de Movistar de los últimos años.

'La canción', la serie que narra los "entresijos" de la victoria de Massiel en Eurovisión: "Hay infinitos detalles traídos de la realidad"

8 may. 2025 María Garzón

La ficción protagonizada por Patrick Criado y Carolina Yuste, entre otros, se encuentra disponible en exclusiva en Movistar Plus+



El 6 de abril de 1968 pasó a formar parte de la historia de España por ser la primera vez que ganó Eurovisión. Un trayecto que no fue nada fácil. En un principio Joan Manuel Serrat iba a ser quien pusiera voz al tema 'La, la, la', pero el cantante se negó a cantarla en castellano ya que quería hacerlo en catalán. Esto ocurrió a nueve días de arrancar el certamen por lo que la candidatura española corría peligro hasta que Massiel apareció en el camino y todo cambió.

Una historia conocida por la mayoría de los espectadores y que ahora es contada en la miniserie *La Canción*, ya disponible en Movistar Plus+. A través de los ojos de un ficticio trabajador de RTVE, al que interpreta un impecable Patrick Criado, la serie creada por Pepe Coira y Fran Araujo con dirección de Alejandro Marín narra en sus tres episodios los entresijos que hubo detrás de uno de los acontecimientos más importantes de nuestro país en plena época franquista.



La canción

Fecha de estreno 2025-05-05

Serie : La canción

Con **Patrick Criado, Alex Brendemühl, Marcel Borràs**

 **¡QUIERO VERLA!**

"No es un 'biopic' de Serrat o Massiel, sino que lo que está en el centro es la canción y la historia de ese momento", explican a SensaCine Marcel Borrás, quien interpreta al cantante catalán, y Carolina Yuste, quien se mete en la piel de la artista. La serie destaca "el valor que tuvieron ambos, cada uno en sus ámbitos", en un contexto en el que no tenían nada a favor. "Fueron muy valientes y carismáticos para su tiempo", afirman los protagonistas.

La canción, que podría ser perfectamente una precuela de Cuéntame como pasó -recordemos que su primer capítulo comienza con los Alcántara viendo la final de Eurovisión 1968- se ambienta en "un extraño momento en el que confluyeron cosas aparentemente muy diferentes como puede ser la cultura popular con una tremenda creatividad y un régimen muy agónico que estaba intentando dar una imagen de lo que no era". "Un país que estaba cargado de contradicciones", señala Pepe Coira a SensaCine.

"Es una segunda lectura de como victoria, que es historia de España y conocida por todos", señala Alejandro Marín sobre La canción. "Yo había escuchado a mis padres hablar de ello y traerlo a día de hoy para revisitarlo y ver lo que realmente había detrás era una cosa que me interesaba", afirma el director a SensaCine. Y es que todos conocemos el triunfo Massiel en Eurovisión, pero "los entresijos" de cómo llegó a ganarse el preciado Micrófono de Cristal muy pocos tenían constancia de ello.

Hay mucha gente que conoce la canción y que sabe que España ganó Eurovisión en el 68, pero los pormenores casi nadie

Para narrar todo aquello que sucedió antes de llegar a cumplir el sueño de muchos españoles, ganar Eurovisión, La canción se apoya en un trabajador de RTVE (Esteban) que lo hace todo por conseguir el objetivo y así subir en la dirección. Un personaje ficticio que sirve como hilo narrativo de todo aquello que pasó, pero también se apoyan en personas conocidas por los espectadores.

"Lo importante era crear una trama que fuese interesante, pegadiza y divertida así que optamos por crear una relación de dos personajes [Esteban y Arthur] que son los que hacen la búsqueda de la canción y del artista para llegar a Eurovisión. Todo ello paralelamente a los hechos y a los personajes históricos que aparecen como Fraga, Franco, Serrat, Masiel, Kraps...", explica a SensaCine Alexander Brendemühl, quien interpreta un histórico realizador de RTVE llamado Arthur Kraps.

¿Qué hay de realidad y qué hay de ficción en 'La canción'?



La canción avisa desde el primer episodio que está basado en hechos reales con elementos ficticios, por lo que... ¿Qué hay de realidad y qué hay de ficción en la serie? "Hay muchísima realidad en lo que estamos contando y por supuesto hay muchas cosas de ficción, empezando por el protagonista y todo lo que lo rodea. Intentamos ser muy veraces en lo que contamos y en todo lo que fue aquello. Hay infinitos detalles directamente traídos de la de la realidad", señala Coira a SensaCine.

"Hay un intento de verdad constante en la recreación de Televisión Española, en cómo se deshacían las cosas, en las peripecias pequeñas... El vehículo de la serie es un personaje principal ficticio y cómo va llevando todo, pero hay escenas que son reales como la escena de la discográfica que está documentada. Nos hemos inventado ciertas cosas, pero hay mucha realidad", añade Fran Araujo.

Para la parte de realidad, Araujo y Coira se documentaron para hacerlo lo más veraz posible. "Hay muchísima documentación. Televisión Española y Eurovisión son dos temas de los que se ha hablado mucho en libros. Pero

teníamos también muy accesibles a toda la prensa de la época, que contaban todo al minuto", señalan los creadores.

De esta forma, La canción lleva al espectador en un viaje para conocer los "entresijos" de la victoria de Massiel en Eurovisión 1968 con parte ficticia y mucha realidad. Un camino que merece la pena descubrir en Movistar Plus+ y que es perfecta para aquellos que quieren conocer más en profundidad lo que hubo alrededor del primer triunfo de España en el certamen europeo.

Compras

Llega el estreno de la semana a Movistar Plus+: así es 'La canción', la miniserie sobre la victoria de Massiel en Eurovisión

'La canción' narra los entresijos de la victoria de Massiel en Eurovisión en un contexto de agitación política, y ya la puedes disfrutar en Movistar Plus+ por 9,99€ al mes.



Javier Aguilar 9:24 - 8/05/2025

¿Eres eurofan? Si es así, seguro que ya has empezado la cuenta atrás para el Festival de Eurovisión 2025, que se celebrará el próximo 17 de mayo en Basilea. Pero antes, puedes abrir boca con 'La canción', la serie original de Movistar Plus+ que se estrena hoy. Una miniserie que cuenta los entresijos de la victoria de Massiel en 1968, uno de los acontecimientos culturales por excelencia en España que ahora adquiere también una dimensión política.

A medio caballo entre la ficción y la realidad, 'La canción' retrata cómo eran aquellos años y cómo esta victoria ayudó a la estrategia aperturista de la España de entonces. Es el estreno de la semana de Movistar Plus+, y ahora puedes disfrutarlo por solo 9,99€ al mes o 99,90€ al año si eliges la suscripción anual. Hace unos días, las semifinales de Champions entre el Inter y el Barça lo acapararon todo, pero la plataforma de streaming es

mucho más que deporte, porque por este precio también tendrás acceso a un estreno de cine al día, documentales y las mejores series originales.

Así es 'La Canción', la nueva serie original de Movistar Plus+



'La canción' llega hoy a Movistar Plus+ y es la mejor previa eurovisiva que puede haber, con Patrick Criado ('Antidisturbios', 'La virgen roja') y Carolina Yuste (ganadora del Goya por 'La infiltrada') al frente. Él interpreta a Esteban, un joven ejecutivo de RTVE que se entera de que ha llegado una orden bastante clara desde arriba: España debe ganar el Festival de Eurovisión.

En ese momento, y sin nada de experiencia en este ámbito, Esteban asume lo que a priori parece la candidatura española en el Festival de la Canción. No debe encontrar solo una buena voz y una canción a la altura, sino que debe proyectar la imagen de un país moderno y abierto en esos últimos años del franquismo.

A pesar de que en un principio iba a ser Joan Manuel Serrat el encargado de asumir ese papel, finalmente fue Massiel, y se hizo con la victoria con 'La, la, la'. La miniserie original ya está disponible en Movistar Plus+, pero no esperes un biopic ni una crónica musical. Es un retrato de la sociedad de la época, con un punto de thriller, que aprovecha la odisea musical para ambientar muy bien el contexto histórico, la agitación política y social, y el deseo de conseguir la ansiada libertad democrática.

Forbes

FORBES WOMAN

Carolina Yuste, la actriz de moda estrena serie sobre Massiel

Carolina Yuste revive la victoria de Massiel en Eurovisión 1968 en *La Canción*, la nueva serie original de Movistar Plus+.

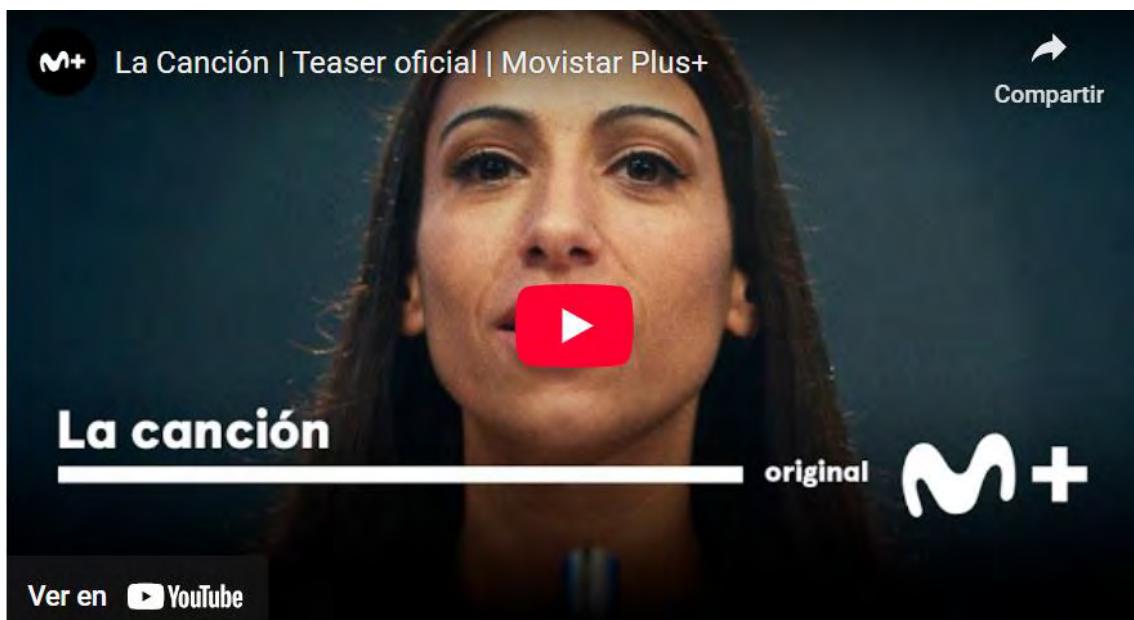


Carolina Yuste para Forbes Women. © Félix Valiente

por Ana Mones Cazon 8 mayo 2025

Con dos Premios Goya en el estante de su salón y una trayectoria construida con autenticidad, Carolina Yuste (Badajoz, 33 años) vuelve a nuestras pantallas. Esta vez, le dará vida a Massiel, la cantante que en 1968 convirtió el *La, la, la* en una victoria eurovisiva (y política). La canción, que se estrena el 8 de mayo en Movistar+, no solo rescata un hito pop, sino que lo enmarca en una España que, bajo el régimen franquista, intentaba blanquear su imagen ante Europa mientras mantenía su ciudadanía bajo represión.

En la reciente entrevista para Forbes Women nos comentó que se siente “una privilegiada por seguir pagando el alquiler haciendo lo que más le gusta: descubrir todas las personas que puede ser”. La serie, escrita por Pepe Coira y Fran Araújo, y dirigida por Alejandro Marín llega justo una semana antes de la final del certamen en Basilea, recordándonos que la historia también se canta.



Yuste también nos contó que se preparó a fondo para el papel: "Ya de joven Massiel era una mujer muy cañera, que te hablaba de Brecht o del aborto. Tenía una manera de estar que imponía por su seguridad" . Esa fuerza es lo que traslada a la pantalla: una Massiel rebelde, moderna para su época e incómoda para el poder.



Carolina Yuste para Forbes Women. © Félix Valiente

La serie no solo reconstruye el backstage de aquella victoria con estética vintage y archivos reales. También lanza preguntas actuales: ¿Cómo usan los gobiernos la cultura para lavar su imagen? ¿Qué lugar ocupan las mujeres en ese relato? ¿Y cómo se negocia la fama con la dignidad? Massiel, que se negó a ir al Pardo a saludar a Franco tras su victoria, tenía sus argumentos claros. Yuste, también.

"Hablar de tratarnos bien no me parece tan loco", nos dijo. Lo que tampoco parece tan loco es que La canción se convierta en el próximo gran éxito de la televisión española. Porque esta vez, el La, la, la resuena más que nunca.



SERIES

'La canción': mucho más que una miniserie sobre la victoria de Massiel en Eurovisión

En tres capítulos, Alejandro Marín dirige un guion de Fran Araújo y Pepe Coira en el que brillan Carolina Yuste, Patrick Criado o Laia Manzanares

POR ALBERTO SISÍ SÁNCHEZ 8 de mayo de 2025

Se anunció como otro de los proyectos ilusionantes de Movistar Plus+ hace ya varios meses. La canción prometía contentar a muchos y se armaba en torno a un equipo en el que nada parecía que pudiera fallar. Alejandro Marín, director nominado al Goya a dirección novel por su trabajo en *Te estoy amando locamente*, Fran Araújo y Pepe Coira, guionistas detrás de *Rapa o Hierro*, conformaban los puentes sobre los que se construía esta propuesta de tres episodios que lleva el 8 de mayo al completo a la plataforma. Y después llegaba el equipo artístico: la laureada Carolina Yuste, Patrick Criado, Marcel Borrás, Laia Manzanares o Àlex Brendemühl encarnarían a los protagonistas. Efectivamente, no parecía que nada fuera a fallar y así ha sido: es una de las producciones más apetecibles de la primavera.

La canción tiene como eje pivotante la victoria de Massiel en Eurovisión en 1968. Un momento histórico para España que se consiguió gracias a una canción que sigue viva casi seis décadas después: La, la, la. Los detalles son de sobra conocidos. La cantante madrileña viajó hasta Londres, cantó en el Royal Albert Hall y se trajo a España el micrófono que acreditaba su victoria. Lo hizo con un vestido blanco con margaritas bordadas que se compró en la boutique parisina de Courrèges y que también es historia de la moda nacional. Ramón Arcusa y Manuel de la Calva, el Dúo Dinámico, son los compositores de esta tonada que en un principio iba a defender Joan Manuel Serrat, algo que no sucedió por su deseo de cantar en catalán. Así que entró Massiel en la historia y en nueve días se subió al escenario que la llevó al estrellato mundial.



Todo eso es conocido, quizá lo que pasó entre bambalinas también, pero no tanto. La propia Massiel lo ha contado en más de una entrevista, pero todo lo que rodeó a esta victoria siempre ha quedado en cierta manera oculto por el brillo de aquella victoria que suponía una forma de aperturismo del régimen franquista que en Europa veían como un gobierno profundamente atrasado y que poco tenía que ver con un continente que se abría a la modernidad. Y ahí es donde profundiza La canción, en cómo la victoria de Massiel tuvo mucho que ver con movimientos gubernamentales que buscaban dar otra imagen de España a nivel internacional –en un país en el que la minifalda no estaba bien vista, la cantante la vistió–.

Quedaban menos de siete años para la muerte de Franco y el país bullía con ganas de cambio. Y ahí es donde entra esta ficción que, como no podía ser de otro modo, ficciona en parte la historia a partir del personaje de Esteban Guerra, al que encarna Patrick Criado, quien recibe, como ejecutivo de RTVE, el encargo desde arriba de ganar Eurovisión. Algo que pidió directamente el dictador influido por su esposa, Carmen Polo, quien estaba convencida de que este sí era el lugar en el que mostrar al mundo las bondades de España. Artur Kaps (Brendëmuhl) sí estuvo vinculado en la realidad a esta operación en la que todos los ojos estaban puestos sobre quienes consiguieron un hito histórico.



DE TIENDAS

"La Canción": el estreno de Movistar+ inspirado en la histórica victoria de España en Eurovisión

La Canción te atrapará desde el primer minuto si disfrutas de buenas historias, giros inesperados y personajes bien construidos



La Canción, una serie Original Movistar Plus+

08 / 05 / 25 - 12: 20

El Barça se ha quedado a las puertas de la final de Champions... Otra vez. Pero no todo es fútbol, y en días como estos viene bien recordar que en Movistar Plus+ también pasan cosas grandes fuera del césped. Hoy, sin ir más lejos, se estrena La Canción, una serie Original Movistar Plus+ que va a dar mucho que hablar. Y si quieres ser parte de esta experiencia única, puedes hacerlo por 9,99€ al mes o 99,9€ al año, para que no te pierdas ni un solo detalle de todo lo que Movistar Plus+ tiene preparado para ti.

La Canción llega para ofrecerte una historia de esas que no se olvidan, llena de giros, sorpresas y, por supuesto, mucha música. Ambientada en 1968, la serie cuenta cómo España se embarcó en la operación para ganar el festival de Eurovisión, una misión que en su momento parecía imposible, pero que se hizo realidad gracias a una serie de circunstancias que sólo la historia puede juntar.

La Canción, el nuevo estreno de Movistar Plus+



El protagonista es Esteban Guerra, un joven ejecutivo de RTVE interpretado por Patrick Criado (Antidisturbios, La virgen roja), que, sin experiencia en el mundo musical, actúa motivado por el deseo de ascender y la presión de cumplir con un objetivo: España tiene que ganar Eurovisión. En un contexto político y social tenso, Esteban se une a Artur Kaps, un hombre peculiar pero talentoso, interpretado por Alex Brendemühl (El silencio del pantano, La peste), quien lleva años en grandes espectáculos de televisión.

La serie no es sólo un relato musical. En *La Canción*, está en juego mucho más que una victoria: la imagen de un país que intenta abrirse al mundo. Esteban y Artur enfrentan dilemas personales y profesionales, mientras buscan llevar a cabo un proyecto que cambiará la historia de la música española. La conexión entre ficción y realidad es evidente, y lo que comenzó como un triunfo inesperado se transforma en una historia llena de tensión, emociones y música.

Destaca la interpretación de Carolina Yuste (La infiltrada) como Massiel, quien gana Eurovisión con 'La, la, la'. También, el episodio con Joan Manuel Serrat, interpretado por Marcel Borràs (El día de la bestia, La catedral del mar), añade más capas a una historia marcada por la música, pero también un thriller político y personal.

creada por Fran Araújo y Pepe Coira (Rapa), y dirigida por Alejandro Marín (Te estoy amando locamente), la serie se presenta como una producción cuidada y con una mirada crítica sobre la época. Además, *La Canción* no sólo destaca por su trama, sino también por ser una producción que busca reducir su impacto medioambiental, lo que añade un valor extra a esta propuesta.

Y lo mejor es que puedes verla sin compromisos, ya que Movistar Plus+ ofrece una plataforma flexible que te permite disfrutar de estos contenidos a tu ritmo. Por 9,99€ al mes o 99,9€ al año, tienes acceso a un catálogo lleno de series originales, documentales, cine y deportes, sin ataduras. Vamos, que por lo que cuesta una cena fuera puedes acceder a contenidos que realmente merecen la pena.

Hoy es el estreno. Así que si te gustan las buenas historias, esas que tienen algo que contar más allá del entretenimiento fácil, La Canción merece estar en tu lista. Porque hay series que entretienen, y luego están las que te cuentan algo, y esta es de las segundas.



cinaleria.com

'LA CANCIÓN', SIMPÁTICA SERIE SOBRE EL ÉXITO DE 'LA, LA, LA' EN EUROVISIÓN

Julio Vallejo 8 MAYO 2025

Resultan curiosos los elementos que unen a *La canción*, la serie creada por Pepe Coira y Fran Araujo, con *Te estoy amando locamente*, la película de Alejandro Marín, realizador de esta producción de tres episodios para Movistar+. En ambos casos nos encontramos con obras que muestran a una España en pleno cambio donde los elementos más progresistas de la sociedad española se abrían paso en el decadente y rancio régimen de Franco. Es cierto que el largometraje tenía lugar en los últimos setenta, mientras que *La canción* tiene lugar en 1968, año en el que nuestro país presentó a Eurovisión el tema *La, la, la*, escrito por el Dúo dinámico e interpretado finalmente por la madrileña Massiel.





Coira y Araujo, guionistas de la serie, nos muestran los prolegómenos de este pequeño hito dentro del pop en español. La pareja nos muestra cómo la dictadura parecía especialmente interesada en ganar el evento para dar una cierta impresión de modernidad al exterior y legitimarse en cierta forma ante un pueblo que ya empezaba a rebelarse ante un sistema político autoritario.



Lo hace a través de un joven arribista obsesionado con ascender y dispuesto a todo para lograr que el deseo del denominado generalísimo se cumpliera.

Mezclando las dramatizaciones con imágenes documentales de archivo de los hechos recreados, los dos showrunners plasman precisamente esos momentos de cambio que se vivían en España, especialmente evidente en el mundo artístico y los movimientos universitarios, frente al gobierno reaccionario que ostentaban el poder. Justamente en esa coyuntura encontramos a ese trepa que encarna magníficamente Patrick Criado.

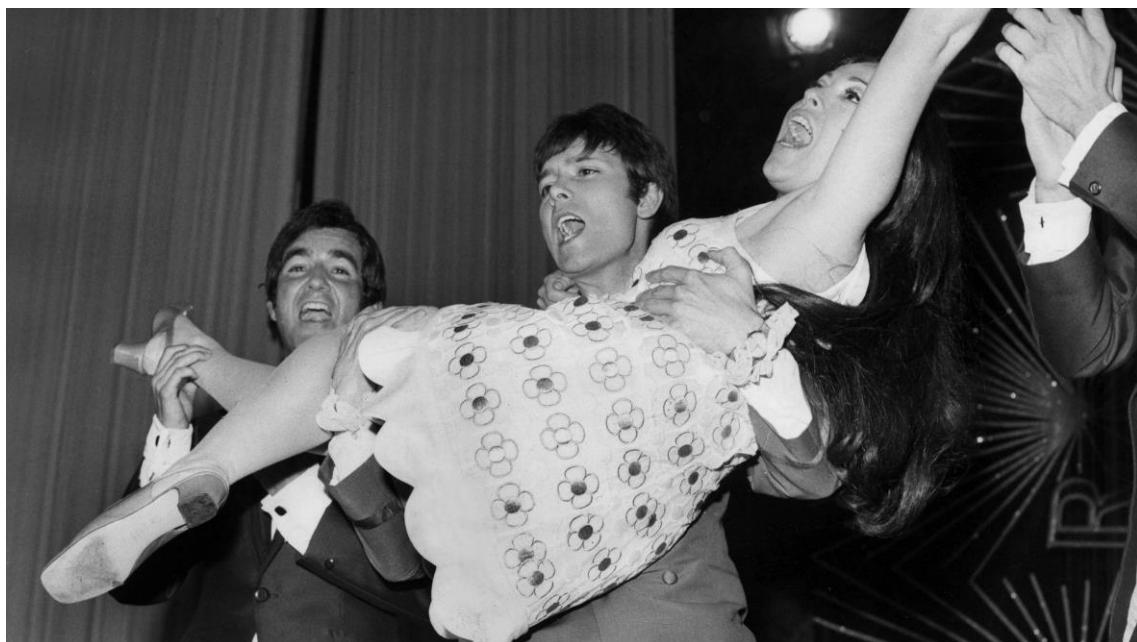
La serie opta en gran parte por la comedia al mostrar los contratiempos que el protagonista tiene que hacer frente, como la negativa de Joan Manuel Serrat a cantar la canción elegida en castellano y el tono atrevido de la propia Massiel. Hay una crítica evidente a la falta de libertades, pero sin eliminar el tono festivo.

Sin ninguna duda, esa aparente ligereza y su ritmo se convierten en su mayor virtud, aunque también sea su mayor handicap, al no indagar más en los problemas políticos del país.

A destacar, además de la citada interpretación de Criado, la divertida encarnación de Carolina Yuste, que imprime descaro a su encarnación de Massiel, o un divertido Àlex Brendemühl, como Artur Kaps, el realizador austriaco que movió los hilos para lograr el triunfo del tema español. Quizá se eche en falta un actor con más carisma que Marcel Borrás para dar vida al comprometido Serrat.

El eterno retorno al 'La, la, la': la historia del vestido yeyé con el que Massiel ganó Eurovisión

Jorge Luis García 08/05/2025 10:48h.



Massiel celebrando el triunfo en Eurovisión en los brazos del derrotado Cliff Richardscordon press

La serie televisiva 'La canción' revive la historia de cómo Massiel dio la sorpresa en el Royal Albert Hall en 1968

La cantante eligió el mítico vestido blanco con margaritas bordadas en una tienda parisina de Courrèges

Han pasado más de cinco décadas, pero aquella primavera de 1968 sigue siendo el gran hito de España en el festival de Eurovisión. Pese a haber sido mil veces contada, la historia de cómo Massiel dio la gran campanada en el Royal Albert Hall de Londres entonando el 'La, la, la' nos sigue fascinando. En la memoria de quienes lo vivieron fue uno de los grandes acontecimientos socioculturales de aquel país que quería parecer moderno sin serlo todavía y se sigue transmitiendo como tal a las nuevas generaciones, ahora en formato de serie de televisión, 'La canción', protagonizada por Carolina Yuste y Patrick Criado.



Lo cierto es que todos los sucesos que llevaron a Massiel a aquel escenario el 6 de abril de 1968 son dignos de una ficción televisiva. Joan Manuel Serrat, el inicialmente elegido para defender el tema escrito por Ramón Arcusa y Manuel de la Calva -el Dúo Dinámico-, insistió en cantar en catalán y el régimen se negó en redondo. Entonces hubo que buscar una alternativa a contrarreloj.

Massiel, que entonces tenía 21 años y se encontraba de gira por Latinoamérica, fue convocada de urgencia para ser la representante española tan solo dos semanas antes de la cita londinense. Tuvo apenas nueve días para aprenderse la canción, grabarla, hacer promoción y preparar la actuación. Y en medio de ese maremágnum también había que decidir cómo iría vestida.

Un soplo de aire fresco

Las opciones de vestuario que le presentaron a Massiel no le convencieron en absoluto y decidió ir de tiendas a París para elegirlo ella misma. Encontró el ahora mítico vestido blanco con margaritas bordadas en una boutique de Courrèges, la marca más vanguardista de la época, y lo pagó de su propio bolsillo.

El vestido corto, de corte recto y sin mangas, era una elección un tanto arriesgada para la España de finales de los 60, pero reflejaba perfectamente el estilo de la cantante, mucho más moderno y pop que el de la mayoría de sus coetáneas. "Ella pasó un poco por encima y pensó que tenía que traer el resto del mundo a España, arrojar un poco de luz", explica Isis Velasco Vilanova directora del diseño de vestuario de 'La canción' en 'Vanity Fair'.



Jefa. Massiel ganando puntos en el Royal Albert Hall, de Londres. 1968. Redacción Uppers

En aquella época la mayoría de intérpretes eurovisivas llevaban trajes más sobrios o elegantes. Por eso el vestido de Massiel fue como un soplo de aire fresco, conectó con el espíritu joven del momento y, casi por accidente, dio una imagen de España más moderna de la que realmente tenía. Las margaritas, que simbolizaban paz e inocencia, pusieron la rúbrica a su declaración de intenciones yeyé.

Polémica y propaganda

Massiel ganó por un solo punto al gran favorito, Cliff Richards y su 'Congratulations', gracias a los votos de Alemania y Yugoslavia en una de las finales más reñidas y emocionantes de la historia del festival. Mucho tiempo después surgieron rumores de que el régimen franquista había intentado comprar votos para asegurarse la victoria como maniobra propagandista, pero la protagonista siempre ha defendido la limpieza de su triunfo.

Definitivamente preferimos pensar que Massiel ganó más por detalles como el impacto de su vestido, que se ha convertido en ícono de toda una época y ha sido replicado y homenajeado en numerosas ocasiones, que porque Franco moviera algunos hilos oscuros.

SERIES

El vigués Fran Araújo estrena 'La canción', una miniserie de sobre el triunfo de Massiel en Eurovisión

La ficción de Movistar revive el histórico triunfo del tema 'La, la, la' en el certamen de 1968, bajo la dirección del cineasta vigués y el gallego Pepe Coira

Atlántico Publicado: 08 may 2025 - 11:27



Carolina Yuste, como Massiel, en la miniserie 'La canción'. | Movistar+

Tras los éxitos cosechados con 'Hierro' y 'Rapa', como guionista y como creador, Fran Araújo vuelve a ponerse detrás de las cámaras en un proyecto que combina música, política y memoria histórica. Esta vez, lo hace codirigiendo y cocreando junto al gallego Pepe Coira una serie de tres capítulos que reconstruye el camino que llevó a España a ganar el certamen musical durante la dictadura franquista.

Más allá del relato musical, 'La canción' es también una mirada crítica al choque entre modernidad y tradición en la España tardofranquista. La serie refleja cómo el régimen convirtió Eurovisión en una herramienta de propaganda internacional, mientras figuras como Massiel y Joan Manuel Serrat se convirtieron, de forma consciente o no, en iconos de una época contradictoria.

"Massiel fue una fuerza imparable", asegura Araújo, que destaca el carácter inconformista de la cantante, interpretada por Carolina Yuste, como una de las claves narrativas de la serie. El director vigués subraya especialmente el gesto de rebeldía de la artista al negarse a fotografiarse con Franco, una decisión que le costó la censura posterior pero que reafirmó su integridad en una sociedad aún profundamente conservadora.

Rodada con un enfoque casi documental y una cuidada ambientación histórica, 'La canción' se presenta como una apuesta decidida de Fran Araújo por contar historias que atraviesan la cultura popular para llegar al corazón de los grandes debates sociales. Con esta miniserie, el creador vigués reafirma su compromiso con una ficción comprometida, rigurosa y profundamente humana.



La serie La canción llega a Movistar Plus+: drama, historia y Eurovisión como nunca antes lo habías visto

Helena Borge Publicado el 08 de mayo, 2025



Massiel, el «La, la, la» y una odisea musical que marcó la historia de España: Movistar Plus+ estrena el 8 de mayo su nueva miniserie original con un reparto de lujo y el sello de los creadores de Hierro y Rapa.

Movistar Plus+ vuelve a demostrar por qué es una de las plataformas de referencia en España con el estreno de *La canción*, su nueva miniserie original, disponible a partir del 8 de mayo. Con tan solo tres episodios, esta producción se adentra en uno de los momentos más icónicos de la cultura popular española: el triunfo de Massiel en Eurovisión 1968 con la canción «La, la, la».

Creada por Pepe Coira y Fran Araújo (responsables de series como *Hierro* y *Rapa*) y dirigida por Alejandro Marín (*Te estoy amando locamente*), la serie combina drama, humor y reflexión histórica en una odisea musical que, en el fondo, habla de la imagen que España quería proyectar al mundo en pleno franquismo.

¿Qué es Movistar Plus+ y cómo puedes verlo?

A diferencia de otras plataformas, Movistar Plus+ no es solo para clientes de Movistar. Su plataforma OTT (over the top) permite que cualquier

persona, tenga el operador que tenga, pueda suscribirse y acceder al mejor contenido desde cualquier dispositivo: móvil, tablet, smart TV, ordenador o incluso a través de Apple TV, Fire Stick y Chromecast.

El catálogo de Movistar Plus+ es uno de los más completos de España, con un equilibrio perfecto entre series originales de producción propia — como Apagón, Marbella o La Pesta—, cine de estreno, documentales internacionales, humor, contenido infantil y una potente oferta deportiva, que incluye LaLiga, la Champions, tenis, NBA y mucho más, tanto en directo como a la carta.

Además, suscribirse es muy fácil: puedes optar por la suscripción mensual desde solo 9,99 €, o beneficiarte de la suscripción anual, que es la opción más rentable ya que cuesta 99,99 euros para 12 meses y te da acceso completo al catálogo durante todo un año por menos de lo que pagarías mes a mes. Puedes ver todas las tarifas en movistarplus.es/tarifas.

Una odisea musical para cambiar la imagen de un país

La trama de La canción arranca en 1968, cuando Esteban Guerra (interpretado por Patrick Criado, ganador del Premio Feroz por Antidisturbios y una increíble interpretación en El embarcadero, también en Movistar Plus+), un joven ejecutivo de RTVE sin experiencia musical, recibe una misión clara desde arriba: España debe ganar Eurovisión.



Para lograrlo, se alía con el excéntrico productor Artur Kaps (Àlex Brendemühl, conocido por Reina roja y Creatura) y se embarcan en la «Operación Eurovisión». El objetivo: encontrar la canción perfecta, el artista ideal, y fabricar la imagen de una España moderna, abierta y culturalmente sofisticada que Europa pudiera aplaudir sin reparos.

Pero nada sale según lo previsto. Tras la retirada de Joan Manuel Serrat por negarse a cantar en castellano, entra en escena Massiel, interpretada con garra por Carolina Yuste (ganadora del Goya por Carmen y Lola y protagonista de La Infiltrada). En tiempo récord, Massiel se convierte en la nueva representante de España, se aprende el «La, la, la», viaja por media Europa y se enfrenta a uno de los mayores retos de su vida.

Entre ensayos, presiones políticas y cómicas carreras para encontrar el vestido ideal (el icónico Courrèges blanco), la serie construye un retrato afilado y emotivo de una España en plena transición simbólica, donde Eurovisión era mucho más que un concurso musical.

Reparto de lujo, talento premiado y ADN Movistar Plus+

La canción no sería posible sin el talento que Movistar Plus+ ha sabido reunir. Patrick Criado vuelve a lucirse en un papel principal que le permite explorar su vis cómica y dramática. Carolina Yuste confirma que es una de las actrices más versátiles de su generación, y Àlex Brendemühl aporta elegancia y locura medida a un personaje fundamental.



El equipo creativo es otro de los grandes reclamos: Pepe Coira y Fran Araújo han demostrado en Hierro y Rapa que saben transformar hechos reales en ficciones adictivas, inteligentes y profundamente humanas. Alejandro Marín, por su parte, sigue consolidándose como una de las voces más interesantes del audiovisual nacional tras dirigir *Te estoy amando locamente*, una de las películas más celebradas del cine reciente.

Con esta serie, Movistar Plus+ suma otro título imprescindible a su catálogo de series originales, donde ya destacan éxitos como *La unidad*,

El inmortal, Antidisturbios o La mesías. Ficciones que combinan calidad de producción, guion brillante y actores de primer nivel.

La plataforma sigue apostando por contenidos que trascienden lo televisivo para convertirse en fenómenos culturales. Y lo mejor es que acceder a todo este catálogo es ahora más fácil y rentable que nunca:

- Con la suscripción mensual por solo 9,99 € al mes, puedes disfrutar de todas las series originales, cine, documentales y eventos deportivos desde cualquier dispositivo.
- Pero si quieres ahorrar de verdad, lo mejor es la suscripción anual, que te ofrece el acceso completo durante todo un año por 99,99 euros, o lo que es lo mismo, tienes dos meses gratis.

Con la tarifa anual, no solo te aseguras el estreno de La canción, sino también el de todos los grandes lanzamientos que están por venir. ¡Vive el cine y las series gracias a Movistar Plus+!

**CINE Y SERIES****Acaba de llegar a Movistar Plus+ su nueva miniserie de 3 capítulos ambientada en la España de 1968**

Disfruta de esta serie en Movistar Plus+ por solo 9,99€ al mes



Redacción Barcelona Actualizado a 08/05/2025

Plataformas de 'streaming' como Max, Netflix, Movistar Plus+, Filmin o Prime Video continúan ampliando semana a semana su catálogo con nuevas series, películas y programas. A su lista van sumando productos, pero también producciones propias. Movistar Plus+ acaba de estrenar este 8 de mayo su nueva serie basada en el camino de Massiel a Eurovisión.

'La canción' está protagonizada por Patrick Criado, Alex Brendemühl, Carolina Yuste y Marcel Borràs. Completan el reparto de la serie Mariano Peña, el ganador del Goya Carlos Santos, Laia Manzanares, Carlos González, Eneko Sagardoy, Xose A. Touriñán, Luis G. Gámez, Rocío Saiz, Chloe Berman y Garmon Rhys.



Sinopsis de 'La canción'

1968. Esteban Guerra (Patrick Criado), un joven ejecutivo de RTVE, descubre que desde muy arriba ha llegado una orden clara: España tiene que ganar el festival de Eurovisión. Sin experiencia musical, pero ansioso por ascender, Esteban toma las riendas del proyecto y convence de unirse a la aventura al peculiar Artur Kaps (Alex Brendemühl), responsable detrás de los grandes espectáculos televisivos de la época.

Juntos emprenden la 'Operación Eurovisión', un plan para encontrar la canción y el intérprete ideales que proyecten en Europa la imagen de un país moderno y abierto, tal como desea el gobierno.



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



Market

Así es 'La canción': la esperada serie de Movistar Plus+ que revela los secretos de la victoria de Massiel en Eurovisión

Movistar Plus+ te trae La Canción, una serie sobre la victoria de Massiel en Eurovisión en 1968. Un viaje fascinante a la historia del certamen europeo, con música, política y mucha tensión

ElPlural Market 08/05/2025 - 13:35

Aunque este año el FC Barcelona no logró alcanzar la final de la Champions League, no todo está perdido. Si eres un amante del fútbol, Movistar Plus+ te sigue trayendo lo mejor del deporte, pero también tiene mucho que ofrecer a los que quieren algo diferente. Y si estás buscando una serie que te enganche desde el primer minuto, La Canción es la nueva joya original de Movistar Plus+ que acaba de estrenarse.

La Canción no es solo una serie más, es una mezcla de historia, música y política que nos lleva al trasfondo de uno de los momentos más icónicos de la historia española en Eurovisión: la victoria de Massiel en 1968. Pero no te dejes engañar, no es una simple crónica de un concurso de

canciones. Es una historia llena de giros inesperados, personajes complejos y tensión. Además, cualquiera que tenga interés en adentrarse en esta historia puede disfrutarla fácilmente, ya que está disponible en Movistar Plus+ por sólo 9,99€ al mes o 99,9€ al año.

La Canción, el estreno de la semana de Movistar Plus+



La Canción te mantiene en vilo a lo largo de sus tres episodios, donde se combinan elementos de thriller y drama político, mostrando el trabajo detrás del escenario y los problemas inesperados que surgen en el camino. El personaje de Esteban, interpretado por Patrick Criado (conocido por su papel en Antidisturbios y en La virgen roja), es un joven ambicioso que, aunque no tiene conocimientos musicales, pone todo su empeño en cumplir la misión encomendada. Junto a él, está Artur Kaps, interpretado por Alex Brendemühl (reconocido por El jardín de los finzi-Contini y La enfermedad del domingo), el productor televisivo detrás de toda la operación.

Uno de los momentos clave en la serie es la relación con Joan Manuel Serrat, quien inicialmente iba a representar a España en Eurovisión, pero debido a sus diferencias con el gobierno, terminó siendo sustituido por Massiel. Marcel Borràs (conocido por sus papeles en Les de l'hoquei y La catedral del mar) ofrece una interpretación impecable de Serrat, reflejando el conflicto vivido en esos años, cuando la lucha por la libertad de expresión se veía amenazada por un sistema autoritario.

El desenlace, con la victoria de Massiel y su inolvidable interpretación de "La, la, la", es el cierre perfecto para una historia llena de tensiones y giros inesperados. Más que una victoria musical, fue un triunfo de la casualidad, la perseverancia y, por qué no decirlo, del azar. La serie combina la ficción y la realidad, lo que le da un toque fascinante.

Lo mejor de todo es que, con Movistar Plus+, tienes acceso a esta serie original y muchos otros contenidos de calidad, sin necesidad de ataduras. Y todo esto por sólo 9,99€ al mes, o 99,9€ si optas por la suscripción anual.

Así que si te apetece disfrutar de una historia cargada de música, política y personajes que no te dejarán indiferente, no busques más. La Canción te está esperando.



GQ Binge Watch

10 nuevas películas y series que ver este puente en Netflix, Movistar, Disney+, Filmin, SkyShowtime, Apple TV+ y Prime Video

Mientras unos están encerrados en un cónclave, tú puedes hacer lo propio en casa con todas las novedades en streaming que hemos seleccionado solo para tus ojos.

8 de mayo de 2025



Una semana más, GQ Binge Watch te trae las nuevas películas y series que te esperan (recién salidas del horno) en las diferentes plataformas de streaming para animarte el fin de semana.

La canción (Movistar)

Justo una semana antes de Eurovisión se estrena esta serie que reacrea el ambicioso plan para llevar a España hasta lo más alto en 1968, año del La la la de Massiel. Patrick Criado, Carolina Yuste, Marcel Borrás y Alex Brendemühl integran el reparto.

Crímenes, de Carles Porta (Movistar)

El rey del true crime vuelve con una nueva entrega de sus vistazos al lado oscuro del alma humana. Menos mal que el título lleva una coma en el lugar adecuado, por cierto: imagina qué pitote si no lo hiciera...



Berto Romero: "No me esperaba que mi generación fuera tan pesada, ¡la turra que damos con la nostalgia! Yo no recuerdo a mi padre dándome esa turra con Juanito Valderrama"

Lleva más de veinte años ayudándonos a mirar la vida con un cristal de grises que lo hace único. Charlamos con el cómico con motivo del estreno de la segunda temporada de *El consultorio de Berto* (Movistar Plus+) y hablamos de sus turras, su último gran descubrimiento literario y, como no, de Buenafuente.

Por Ana Pérez 08/05/2025

La última vez que hablé con Berto Romero (Manresa, 1974) fue en 2017, cuando le entrevisté con motivo del estreno de su primera serie, *Mira lo que has hecho*. Entonces, estaba con sus hijos en el parque, lo que nos dio mucho juego, por cierto. Así que, esta vez, mis expectativas de encontrarlo en alguna situación propensa a la comedia eran ridículamente altas. Por aquel episodio y porque desde hace años soy adicta a *Nadie sabe nada* y creo que, en el fondo, esperaba un "Samanté" al descolgar el teléfono. Y resultó que Berto, que se confirma que es un ser humano que también hace cosas aburridas de ser humano, estaba de camino a algún sitio en taxi. Así que lo primero que me dijo fue que le disculpara porque seguramente, en cualquier momento, iba a tener que interrumpir la conversación para pagar. Reconozco que tanta formalidad en el que para mí es el cómico más gracioso [junto a Raúl Cimas] de nuestro país, me decepcionó un poco. Pero, por favor no dejen de leer, porque la cosa mejoró.

De hecho, en cuanto le recordé nuestra conversación anterior me dijo: “Pero, según los científicos, en estos años tú y yo hemos cambiado todas nuestras células. ¡Así que en 2017 los dos éramos otra persona!” y me provocó la primera sonrisa.

Esta vez, la excusa para nuestra charla es el estreno de la segunda de *El consultorio de Berto* [ya en Movistar Plus+], en el que ha hecho algunos cambios significativos, como tener invitados ilustres como el propio Raúl Cimas y Andreu Buenafuente, su fiel compañero, con el que también comparte *Futuro imperfecto*, el nuevo programa en el prime time de La 1.

“

“La inteligencia artificial está empezando a hacer comedia también, así que mi trabajo está tan en riesgo como el de todos”

¿Tener un consultorio en la era de la inteligencia artificial es algo casi vintage o tiene más sentido que nunca?

Bueno, en realidad no compito con un consultorio real, porque la gente envía consultas pero yo no doy consejos en serio, solo hago comedia. Y eso que la inteligencia artificial está empezando a hacer comedia también, no creas. Así que mi trabajo está tan en riesgo como el de todos. Pero yo sigo pensando que la comedia, al ser una forma de expresión puramente humana, es más difícil de imitar. La risa creo es lo único que es patrimonio exclusivo de ser humano. Así que va a quedar como un último reducto, pero vete a saber. Tengo un compañero cómico, Carlo Padial, que está usando la inteligencia artificial para hacer comedia. Y es muy divertido porque no es de la forma en que todo el mundo se espera, sino que le pide a la inteligencia artificial que haga comedia, le pide que haga algo en serio. Y como la inteligencia artificial va a tope, se lo toma en serio, es muy gracioso. Padial igual le dice: “Hazme una cumbia sobre mis problemas psicológicos con mis padres”, y le da una lista superbestia, incluyendo complejo de Edipo y cosas así. Lo hace en un podcast que tiene que se llama Media Offline y es muy divertido.

¿Así que trolea a la inteligencia artificial de alguna forma no?

Bueno, al final la comedia es eso, intentar buscar un ángulo inesperado, la sorpresa. Estamos todos en eso. Igual es lo último que nos queda como especie. Vivimos un momento de cambio radical y todo nos da mucho miedo, pero al final se tendrá que asentar. O se asienta todo y se relaja o explota. Pero es verdad que en estos momentos en los que todo cambia da miedete. Habrá que ver qué es lo que pasa, porque cuando apareció la imprenta, la gente también decía que le iba a quitar el trabajo.



Berto Romero

Hace poco entrevisté a Albert Pla y me dijo que todas estas cosas nos dan miedo porque somos abuelitas y que antes nos la sudaba. Tú tienes hijos adolescentes y seguro que ellos enfrentan todas estas cosas de otra forma. ¿Los años nos vuelven más acojonados?

Es una reflexión muy inteligente, por eso la ha hecho Albert Pla, que es un tipo muy listo. Yo algunas veces le he dado vueltas a este tema intentando pensar qué supone haberme convertido en una persona mayor. Y fíjate, en los años 80 que ahora tenemos tan idealizados como una especie de paraíso mental, recuerdo que había mucho miedo también a la amenaza nuclear, por ejemplo. Parecía que el mundo iba a ser devastado por una guerra termonuclear en cualquier momento.



"Somos una generación turra y especialmente hiperventilados"

¿Y aquella crisis que nos iba a dejar a todos en el paro de por vida...?

Sí y la heroína, que se cargó a mogollón de gente. Yo tengo un hermano con diez años más que yo y a su generación se la llevó por delante. No estoy diciendo que sea una época ni mejor ni peor, pero que cuando eres niño o cuando eres jovencito, la sensación de que igual el mundo siempre ha estado en crisis se lleva con más naturalidad, y ahora que somos mayores y nos hemos vuelto como abuelitas, como dice Albert, lo vemos todo con más miedo. Yo intento luchar contra eso y no convertirme en una abuelita, pero supongo que es inevitable.

Irremediablemente acabaremos diciendo lo que nos daba rabia que dijeran nuestros padres...

Sí, pero tengo que decir que yo no me esperaba que mi generación fuera tan pesada, con las cosas culturales, por ejemplo. La turra que damos con las cosas que nos gustaban de pequeños, con la nostalgia de los 80, con Star Wars y todo eso. Yo no recuerdo a mi padre dándome esa turra con los discos de Juanito Valderrama que le gustaban a él. Creo que somos una generación turra y especialmente hiperventilados.

Y encima nos vestimos como cuando teníamos 20 años y a los niños los vestimos como viejos...

[Risas] Sí, se ha perdido lo de vestirse bien. Antes identificabas la edad de cada persona por la ropa, pero ahora no hay manera. ¿Ves? Esta conversación es de abuelitas. ¡Qué rápido hemos llegado!

Es súper fácil. Esto de los 50 nos ha sentado fatal.

Pero por lo menos somos conscientes de que es así...

Sí, eso es verdad. ¿Y cuál dirías que es la pregunta más difícil a la que te has enfrentado nunca? No en el consultorio, sino en en tu vida real.

No lo sé. ¿En serio? Pues las preguntas difíciles de verdad, como cuando se ha muerto alguien de la familia y tu hijo te pregunta “¿qué ha pasado?” y tienes que explicarle lo que significa la muerte. En momentos así, tienes que apretar los dientes y pensar una buena respuesta. Son complicados, importantes de verdad y trascendentales. Como todo el mundo, vamos.

“

“Evolucionar no es mi gran objetivo, sino más bien no quedarme estancado. No vamos ahora a ponernos todos a hacer tiktoks, pero al menos que tu persona se vaya actualizando”

Ojalá en la vida real todo fuera como tu consultorio, que se puede contestar con una broma...

A veces no puede ser, pero es que la vida tampoco tiene por qué ser siempre comedia, es una mezcla, y eso es precisamente lo bonito. Bueno, no sé si es bonito, pero sí interesante. Y eso es algo que la gente no tiene muy claro. La gente piensa mucho en términos de dicotomías, de blanco o negro. Y, sin embargo en un entierro es donde se hacen las bromas más picantes. En la vida a menudo ocurre que se te mezcla una noticia jodida y otra buena.

Esa visión agridulce tuya de la vida es muy interesante. En *Mira lo que has hecho*, tu primera serie, estaba muy presente...

Fue el reto que nos pusimos con aquella serie. Se nos metió en la cabeza al equipo que lo hicimos y principalmente a mí, intentar reflejar eso. De hecho, la serie está más o menos bien. Hay cosas que me gustan más y otras que menos y que han resistido regular al paso del tiempo, pero de lo que más orgulloso estoy es de eso. ¡Pero es que me parece que estás hablando ya del pleistoceno! Realmente tengo la sensación de que en 2017 era otra persona [risas].

Eso significa que has evolucionado, que has hecho muchas cosas en estos años y que has aprovechado muy bien el tiempo. Y eso no lo puede decir todo el mundo...

Bueno, evolucionar no es mi gran objetivo, sino más bien no quedarme estancado. Yo creo que para alguien que se dedica a esto que hago yo, el único objetivo realmente sólido es ese: más que adaptarse a los cambios, actualizarse a uno mismo. Porque lo de adaptarse a los cambios puede ser un poco como el meme del señor Burns que sale con un gorro lila y dice: “¿Qué pasa chicos?”. Tampoco vamos ahora a ponernos todos a hacer tiktoks y eso... Pero al menos que tu persona se vaya actualizando, porque el mundo cambia.

“

“Hemos pasado a otro extremo en que la gente ha tirado la toalla y ha decidido no ver nada, como respuesta a un cierto agotamiento, a un empacho audiovisual y casi cultural. Yo me estoy instalando en el anti FOMO”

Pero tú que tienes que afrontar nuevos proyectos y con la cantidad de cosas que haces tendrás la obligación de estar un poco al día. ¿Sufres un poco de FOMO o pasas un poco?

Pues curiosamente no y un poco todo lo contrario. Y no sé si es algo que me esté pasando solo a mí o a más gente. Yo recuerdo que cuando empezamos a tener la posibilidad de acceder a varias plataformas y a muchísimos “contenidos”, que es una palabra que odio porque habla de los productos culturales como si fueran paquetes de cereales con los que hay que llenar una estantería. Pero cuando de repente tuvimos esa avalancha, yo recuerdo que vivíamos todos en una especie de ansiedad constante por verlo todo, consumirlo todo y estar en una conversación que cada vez se nos escapaba más de las manos, porque evidentemente no podías llegar a consumirlo todo. Y yo creo que hemos pasado a otro extremo en que la gente ha tirado la toalla y ha decidido no ver nada, como respuesta a un cierto agotamiento, a un empacho audiovisual y casi cultural. Y yo que me dedico a escribir ficciones y este tipo de cosas, me he dado cuenta de que me creaba muchísima ansiedad y no me hacía sentir bien. Ahora estoy en una fase en la que me dejo llevar por mi instinto y si me apetece ver algo lo veo. Y si ese algo que me apetece ver es una serie que ya tiene cinco o seis años, pues no pasa nada. Y me voy haciendo mi propio camino. Que a lo mejor de repente me pongo a revisar, a leer un cómic que he tenido toda la vida pendiente, que es del año sesenta y tantos, y luego una serie que acaba de salir... He vuelto mucho a la lectura últimamente. Pero sin ningún tipo de FOMO. Me estoy instalando en el anti FOMO. Tampoco quiero enquistarme mucho en eso, porque te vuelves un anacoreta y seguramente te desconectas del mundo totalmente. Así que ahí estoy, intentando surfear esa ola sin perder pie.

Bueno, tus hijos también te darán sus *inputs* de alguna forma y te podrán al día de una forma más natural...

Sí, totalmente cierto. En música, por ejemplo, yo estoy conectado con cierto tipo de música más contemporánea, más actual, a través de mis hijos. Me hacen descubrir cosas en ficción también. Hay un cierto diálogo extraño. Y es que tengo tres y de edades distintas, así que se establecen patrones y vínculos raros con cada uno. Van cambiando y eso es interesante. Cada uno escoge el camino que le da la gana y ellos no tienen ningún tipo de miedo a perder conversaciones. Yo creo que esto es algo derivado del mundo en el que han nacido. Porque nosotros venimos de un mundo en el que había una conversación para todos. Esta cosa que a veces recordamos con nostalgia de ir al cole y hablar todos de la misma peli que se había visto el día anterior. Porque primero había sólo dos cadenas y luego cinco o seis. Ellos no, encuentran una cosa y la comparten con un círculo de amigos o amigas y si hay más gente que le guste bien y si no, les da un poco igual.

¿Y qué es lo último que has descubierto a través de ellos?

Mi hijo mayor, por ejemplo, ha tenido una época en la que escuchaba mucho hip hop y música negra actual. Y por ejemplo, ha descubierto a Tyler, the Creator o a DoeChii recientemente. Pero también he descubierto los Tiny Desk, los conciertos estos que se han hecho superpopulares. En definitiva, se han convertido en unos interlocutores más naturales. Porque que yo cada vez estoy más fuera de las redes sociales, por ejemplo.

“

“Cuando tienes un trabajo que es tan para afuera, luego tiendes a compensarlo estando muy para adentro”

¿Fuiste un niño preguntón o más de investigar por tu cuenta?

Pues no me acuerdo y a mis padres habría que preguntarles por güija ya [risas]. Pero yo creo que como ahora. Yo tengo dos polos muy opuestos. Uno es muy parlanchín y expansivo y otro de repente muy para adentro. Yo me podía pasar muchas horas con mi mundo interior y leyendo cómics o jugando en soledad y luego de repente no paraba de hablar y de explicarlo todo. Pero creo que es un poco lo mismo que hago ahora. Mi vida diaria y mi vida normal es bastante en mi casa, con mis cosas, leyendo, dibujando, escribiendo y en mis reuniones de trabajo, como de hormiguita. Y luego de repente hago un programa de tele o una serie o una peli, que no hay nada más expansivo ni más de exposición. También es que cuando tienes un trabajo que es tan para afuera, luego tiendes a compensarlo estando muy para adentro. Pero es una cuestión pura de equilibrio, no tiene mucho secreto. Sales de un de un show en un teatro con miles de

personas, como el que he tenido el privilegio de hacer con Andreu con esta gira *The Chicken*, y luego lo que te pide el cuerpo es meterte en una cueva unos días. Acabas destrozado pero contento, por supuesto.

En esta nueva segunda temporada de *El Consultorio de Berto* has incluido más colaboradores, más interacción con el público. Tus colaboradores son cómicos diferentes entre ellos y muy distintos a ti. ¿Esto es tu forma de buscar el equilibrio?

No es premeditado, es que supongo que te atrae la gente que es distinta a ti, porque si es muy igual, ocupáis un espacio muy similar y entonces no se produce diálogo. Y la comedia normalmente es colisión, es un enfrentamiento en el buen sentido. Así que supongo que por eso uno escoge ciertos perfiles. Yo no le doy muchas vueltas a las cosas, prefiero dejarme llevar por el instinto, porque si lo piensas mucho es como cuando dices muchas veces una palabra, que deja de tener sentido. Si piensas mucho las cosas, luego nada tiene sentido. Entonces me dejo llevar un poco por la emoción de las primeras sensaciones o de las primeras ideas. En el caso, por ejemplo, de Andrés Feingold. La primera vez que lo vi me llamó mucho la atención y si lo intento racionalizar, seguramente será por el tono que tiene, que va como a contratiempo todo el rato. Habla de una forma muy pausada y a veces dice cosas obvias de más, pero te mata porque no te lo esperas. Y viéndolo ahora en la distancia me doy cuenta de que es todo lo contrario a mí, que soy pura verborrea y discurso. Y a Clara Ingold fui a verla a un espectáculo y me pareció fascinante, tiene una personalidad increíble. Me intento rodear de gente así, pero simplemente porque me llaman la atención, me parecen divertidos y ya está. Estoy muy contento con los cambios que hemos hecho en esta segunda temporada, porque la primera estuvo guay, pero yo no me quedé del todo contento. Me parece que quedó un pelín demasiado anquilosada, rígida y con demasiado guión y demasiada preparación. Y así la comedia pierde ligereza. Y esta temporada hay menos memorización, menos ensayo. Hemos abierto un espacio para que pasen cosas, sin dejarnos llevar por la pura improvisación, porque tampoco es eso. Pero esta mezcla de Andrés metiendo lo suyo, el público colaborando, el texto que no está tan masticado, que vienen más invitados e invitadas... El caso es que ha quedado una temporada francamente divertida y estoy muy contento.

//

"La suma de Andreu conmigo es como la de dos componentes químicos que por separado tienen una función equis, pero cuando los juntas dan lugar a un compuesto distinto"



LANDER LARRANAGA//Esquire

En el primer capítulo está Andreu, con el que ya tienes más complicidad que muchas parejas. ¿Cuál crees que es la razón?

Si, es cierto, pero en los siguientes programas en los que no está él también lo conseguimos de otras maneras, no creas. Porque se establecen dinámicas distintas con Cimas, Eva Soriano, Thais Villas... Y los programas en los que estoy solo, también se han vuelto mucho más sueltos de lo que eran. Pero la interacción con Andreu se ha convertido casi en un género. La suma de Andreu conmigo es como la de dos componentes químicos que por separado tienen una función equis, pero cuando los juntas dan lugar a un compuesto distinto. La gente nos identifica muy bien.

El colmo de esto que dices es el *Nadie sabe nada*, que empezó como algo puntual y ya lleva 13 años. ¿Cuál es la fórmula secreta?

La verdad es que nos lo encontramos por casualidad. Empezó como la hermana pobre de todas las cosas que hacíamos entonces, porque cada uno de los dos pensaba que lo importante de su preocupación estaba en otro sitio. Andreu con su programa, yo con mi serie o con lo que fuera que estuviera haciendo en ese momento, y llegábamos a hacer *Nadie sabe nada* ambos con la lengua fuera, muy cansados por nuestras preocupaciones "serias" y usábamos este programa como un lugar en el que relajarnos, divertirnos y reírnos. A veces pasa que te olvidas de lo que realmente es importante en comedia y eso es sin duda la ligereza, la ausencia de gravedad. Y yo me he dado cuenta de eso también ahora, con la diferencia que veo entre la primera y la segunda temporada de *El consultorio de Berto*. Y tengo 50 años, así que fíjate lo lento que aprendo. De hecho, estaba haciendo la segunda temporada y pensé: "Claro, coño, era que tenía que ser más ligero. Y no te habías dado cuenta...". El abecé de la comedia. ¡Qué tonto! Pero a veces no te das cuenta. A Andreu también le pasa, tanto él como yo somos muy currantes, muy trabajadores y queremos que las cosas salgan bien. Invertimos mucho trabajo y a veces un exceso de trabajo puede matar la diversión. Y el gran ejemplo es este, *El nadie sabe nada*. El producto, el encuentro cómico al que no le dábamos mucha importancia, y de repente un día nos dimos cuenta, nos caímos del caballo como San Pablo y dijimos: "¡Ostia, pero si era esto!".

//

"Yo hubiera sido un cómico mucho más cínico, mucho más serio, mucho más mecánico y mucho más frío, si no hubiera conocido a Andreu"

Desde luego desde fuera es un disfrute y parece totalmente improvisado...

Es que es totalmente improvisado porque son géneros distintos. Hay géneros en los que tiene cabida la improvisación y otros en los que no, como una serie de comedia o un monólogo teatral como los que yo hago. Y vivimos un momento en el que también nos hemos chiflado con la improvisación, también te digo. Todo tiene que ser improvisación en comedia y que se vea el cartón y a mí tampoco me gusta eso. Pero hay formatos en los que sí funciona, que son solo de improvisación, y eso también tiene su validez. Porque detrás de la improvisación, en nuestro caso y en el caso de todos los que hacen buena improvisación, no hay guión, pero sí que hay unas formas de trabajar y unos mecanismos que están muy establecidos y que se siguen a rajatabla. Y cuando dos tíos que tienen mucho oficio, como es nuestro caso, se ponen a hacer improvisación, salen mecanismos aprendidos de todos estos años. El trabajo viene por otro lado.

¿Y qué es lo más importante que has aprendido de Andreu en estos veinte años?

Pues precisamente eso. A mí Andreu me ha enseñado desde el principio, el valor de la ligereza, la importancia de jugar haciendo comedia, de divertirte, de pasármelo bien. Yo hubiera sido un cómico mucho más cínico, mucho más serio, mucho más mecánico y mucho más frío, si no hubiera conocido a Andreu. Eso lo tengo que reconocer. Él me obligó a tirarme a la piscina en muchas cosas que no me habría atrevido a hacer nunca, a improvisar, a arriesgarme. Y eso me hizo crecer muchísimo. Y si le preguntas a él y yo he estado delante cuando se lo han preguntado, él afirma que yo le he enseñado algo diametralmente opuesto. Que él era demasiado fresco, espontáneo y que yo le he aportado estructura en la forma de trabajar, más meticulosidad o preparación. Hay una palabra para definir esto más concretamente que ahora no me sale...

Es bueno reconocer de vez en cuando que hay algo que no se sabe, que con Google y la IA ya no nos damos nunca por vencidos...

Esto es bastante terrible y mucha gente, por desgracia, no se da cuenta del valor que tiene reconocer que no se tiene respuesta para algo. Te relaja, te relativiza y además te pone en el camino para aprenderlo. Te relaja a ti y también a los demás. De repente la gente dice: "Ah, vale, que era un ser humano..."

“

“Mucha gente, por desgracia, no se da cuenta del valor que tiene reconocer que no tiene respuesta para algo, que no sabes. Te relaja, te relativiza y además es que te pone en el camino para aprenderlo”

Has hecho cine como actor y coguionista, series y ahora tienes entre manos una peli para Movistar Plus+, *Cinco minutos más*. ¿Cómo va esto?

Pues está en preproducción y se rueda en otoño. Y no puedo dar más información porque si no, seguramente Movistar mandaría gente a hacerme daño [risas] Pero sí, es la primera vez que he escrito yo un guión por mi cuenta. Estoy entusiasmado con la idea de esta peli, porque hemos conseguido financiarla y luego encima querremos que lo vea la gente... Por pedir que no quede.

¿Y tienes algo más en la recámara? Algo de ficción o alguna serie que tengas en mente y nos puedas contar...

Pues sí, tengo algunos proyectos en los que estoy trabajando y de los que por desgracia, no puedo hablar. No porque esté prohibido hablar de ellos, sino porque es como una especie de regla que tenemos de no hablar de proyectos que luego a lo mejor se caen y no se pueden llegar a desarrollar y entonces quedamos todos fatal. Los que lo hemos contado, los que lo estaban intentando hacer y hasta tú como periodista. Pero yo siempre tengo mogollón de cosas en marcha. Y también me gustaría hacer más programas de *El consultorio de Berto* porque hemos hecho ocho y la anterior temporada fueron diecisésis. Me gustaría encontrar un hueco antes de que acabe el año para hacer una tanda más. Porque nos lo hemos pasado muy bien. Y bueno y *Nadie sabe nada* y mis bolos de teatro. Y yo que sé, que me gusta estar en mi casa de vez en cuando con mi familia.

Sí, que imagino que con una agenda como la tuya, será complicado.

Es broma, lo tengo más controlado de lo que parece. Tengo una agenda muy férrea e intento no ser un padre ausente. Esa es otra cosa complicada.

II

"Lo de los hijos es muy fuerte, todo es grave a todas las edades. Y cuando se te ocurre decir que algo es muy grave, siempre hay quien te dice 'sí, pues ya verás un poco más adelante'"

Y a las edades a las que van acercándose tus hijos, a la adolescencia, la ausencia puede ser especialmente grave...

Lo de los hijos es muy fuerte, todo es grave a todas las edades. Y cuando se te ocurre decir que algo es muy grave, siempre hay quien te dice 'sí, pues ya verás un poco más adelante'. Eso es lo peor, la verdad. Estás ahí superjodido porque no duermes y están todo el rato enfermos porque son bebés y te dicen: "Bueno, bueno... Disfruta esto que son problemas sencillos ahora, ¡ya verás la adolescencia!".

[Risas] ¡Total! Por cierto, antes me has dicho que estabas centrado en la lectura ¿qué es lo último que has leído?

Tengo varios a medias, pero que me haya acabado, *El jugador* de Dostoyevski.

¿Te gusta la literatura rusa?

Es que no había leído nada de literatura rusa y un amigo me dijo: “Tío, tienes que probar a Dostoyevski, que es súper gracioso”. Y yo pensé: “¿Cómo va a ser gracioso? Seguro que es un palo”. Y realmente es muy gracioso. Dostoyevski es una guasa todo el rato. Es muy guasón. Y también me he leído hace poco un ensayo de los cuadernos de Anagrama, que hacen unos cuadernitos de ensayos muy chulos, se llama *Ciencia ficción capitalista* de Michel Nieve. Es un ensayo sobre las aproximaciones de la ciencia ficción a las teorías económicas, tanto desde el capitalismo como desde el comunismo o la ciencia ficción soviética en su día, es muy interesante.

Desde luego lo parece. Y si tuvieras que darme tres títulos que te han cambiado la vida ¿cuáles serían?

Pues mira, el primero sería *La metamorfosis* de Kafka. Me lo leí siendo muy pequeño y me marcó un montón. Lo tenía en una colección de libros en casa, de estas que tenían todos el lomo igual, y lo escogí porque era el más delgado. Empecé a leerlo y flipé, ¡un tío que se transforma en insecto! Pensé que sería algo parecido a Spiderman. ¡Y vaya sorpresita! Me quedé triste una semana, porque era un niño bastante pequeño y me dio una hostia... Pero a la vez, estas hostias también te estimulan y creo que me abrió todo un mundo.

“

“Mi último gran descubrimiento ha sido *El Quijote*. Me dio un hostión. Es una comedia ligera, es popular y es profundamente metalingüística, que es una cosa que me gusta muchísimo”

Y mi último gran descubrimiento ha sido *El Quijote*. Hace dos años me leí la primera parte y hace uno la segunda... ¡Y me estalló la cabeza! Y tú dirás, el tonto que viene a descubrir el Quijote a estas alturas. Cuando todo el mundo es consciente de que es quizás la obra más clave de la literatura mundial y llega Berto y dice: “¡No sabéis lo que he descubierto!” [risas] Pero es que realmente me dio un hostión. Primero, que es una comedia ligera, es popular y es profundamente metalingüística, que es una cosa que me gusta muchísimo. *El Quijote* habla de sí mismo, de cómo escribe sobre su propio personaje. Es supermoderno y muy divertido. Me ha dejado hecho polvo el Quijote...



Y por último, igual te tendría que hablar de un autor: Stephen King. A mí me ha servido siempre, durante toda mi vida, como la puerta de vuelta a la literatura. A mí me gusta leer un poco de todo y cuando me topaba con un libro que se me hacía bola. Y también

cuando tienes esas rachas en las que de repente intentas dos o tres veces un libro y no entras. No es culpa de nadie, pero no es el momento. Pues en ese momento de repente cojo uno de Stephen King y ya estoy dentro otra vez. Otra vez con el puño en alto. ¡Leer es lo mejor! Y no sé, a mí me dio por Asimov de jovencito y me volví loco con él y con Bradbury...

Te va la ciencia ficción, por lo que veo, ¿o se te ha pasado?

La ciencia ficción me vuelve loco, es mi género favorito, junto con el terror.

Son dos géneros que tuvieron su momento, pero ahora parece que están un poco denostados. Ahora lo que mola es la novela negra parece. Hay muy poca gente haciendo ciencia ficción a los niveles que hubo en los años 90 o en principios de los 2000 incluso...

Pero es que ha pasado siempre. A mí me gustan todos los géneros que normalmente tienen estos sambenitos. Primero la comedia. A los cómicos siempre se les ha tratado como: “os dejamos estar aquí en la habitación con los mayores, pero ya es hora de que hagáis algo de verdad, de que os pongáis en serio”. Cuando los cómicos sabemos que cuando nos ponemos en serio es más fácil, pero bueno. Y también la ciencia ficción y el terror, estos materiales que son a menudo mirados desde arriba por lo que se supone que es la alta cultura, han sido siempre mis favoritos. Son los mejores. Mira, hace poco leía un ensayo que escribió Stephen King en el año 84 que se llama *Danza macabra*. Porque King es un escritor de ensayo muy interesante, por si no lo sabías. Todo el mundo conoce el *Mientras escribo*, pero este es uno hablando del terror en literatura, en la televisión y el cine. Y en los 80 ya dice lo mismo que decimos ahora, que es un género denostado. Y hace un repaso por los grandes hitos de la literatura de terror. Y es que además es muy divertido. Stephen King escribiendo el tío, tiene una guasa que no te la acabas. Es gracioso de una forma muy cruel y desagradable, pero en el fondo es gracioso.



Siete nuevos casos de 'Crímenes' de Carles Porta llegan a Movistar Plus+

La plataforma estrena nueva temporada

REDACCIÓN Barcelona

Carles Porta vuelve este viernes a *Movistar Plus+* con una nueva temporada de *Crímenes*, la adaptación del popular *Crims* de 3Cat, y su particular estilo narrativo que le ha convertido en un referente del *true crime*. Esta temporada, compuesta por ocho episodios, presenta siete casos distintos: desde un joven asesinado al salir del instituto hasta un repartidor de comida que usaba su trabajo para agredir sexualmente a mujeres. La plataforma estre-

nará un episodio cada viernes.

El capítulo de hoy aborda la desaparición de Carme Gallart, vecina de los Pallaresos (Tarragona), el 18 de junio del 2015. Nunca llegó a su cita para comer en Tarragona. Su hija denunció la desaparición y señaló a dos sospechosos: José el Gaditano, un amigo que le enviaba mensajes, y Ramon Franch, un agente inmobiliario con quien mantenía un conflicto por estafa. La geolocalización de un móvil y un coche fueron clave en la investigación.

El segundo episodio se traslada a Vilassar de Dalt (Barcelona), el



Imagen de uno de los episodios de esta entrega

MOVISTAR PLUS+

12 de noviembre del 2010. Carme Blanch no acudió a recoger al hijo de unos vecinos a los que cuidaba. Alarmados, estos entraron en su casa. Poco después regresó su marido, Joan Puigpey. Aunque parecía un robo, los Mossos lo descartan pronto. Años más tarde, una libélula y unas fotos fueron claves para resolver el caso.

Otro episodio está dedicado a Àngel Vila, conocido como Angellet, masovero de Can Quintana en Cànoves i Samalús (Barcelona), donde acogió a ciclistas y montañeros. Con un vecino, abrió un restaurante popular por su carne

a la brasa. Pero un rumor sobre su situación económica, la noche del 21 de junio del 2003, cambió su destino.

También se relata un caso en Lleida: dos hombres comparten un edificio ocupado. Tras varios conflictos, uno de ellos desapareció. Días después, su pierna apareció en el pantano de Utxesa. El otro hombre fue acusado de asesinarle, pero se fugó.

Uno de los casos más conocidos de esta temporada es el de Ronny Tapias, de 17 años, que el 28 de octubre del 2003 fue apuñalado tras salir del instituto con un amigo

para volver a casa. En la acera de enfrente les esperaba un grupo de jóvenes, que le increparon y le atacaron. Uno de ellos le dijo que ya le habían avisado mientras le daba una cuchillada en el pecho que le produjo la muerte.

Dos episodios se centran en los ataques de un repartidor de comida en Barcelona durante el otoño del 2020. Aprovechaba su trabajo para agredir sexualmente a mujeres en los portales. Cometió cinco agresiones en pocas semanas, dos en cuestión de horas. La pandemia y las mascarillas dificultaron su identificación.

La temporada cierra con el asesinato de un maestro de primaria hallado muerto en su piso de Barcelona en octubre del 2007. Su compañero le encuentra en una escena espeluznante. ¿Un robo o alguien cercano con intenciones ocultas? Aunque la pista clave estuvo siempre a la vista, el caso no se resolvió hasta diez años después gracias a los avances tecnológicos.

Además de *Crímenes*, la plataforma tiene disponible en su catálogo más producciones de Carles Porta como *El crimen de la Guardia Urbana*, *Luz en la oscuridad* y *La caza del solitario*.



Set nous casos de 'Crímenes' de Carles Porta arriben a Movistar Plus+

La plataforma estrena nova temporada

REDACCIÓ Barcelona

Carles Porta torna divendres a **Movistar Plus+** amb una nova temporada de *Crímenes*, l'adaptació del popular *Crims* de 3Cat, i el particular estil narratiu que l'ha convertit en un referent del *true crime*. Aquesta temporada, composta per vuit episodis, presenta set casos diferents: des d'un jove assassinat sortint de l'institut fins a un repartidor de menjar que utilitzava la feina per agreir sexualment dones. La plataforma estrenarà un epi-

sodi cada divendres.

El capítol d'avui aborda la desaparició de Carme Gallart, veïna dels Pallaresos (Tarragonès), el 18 de juny del 2015. No va arribar mai a la cita per dinar a Tarragona. La seva filla va denunciar la desaparició i va assenyalar dos sospitosos: José el *Gaditano*, un amic que li enviava missatges, i Ramon Franch, un agent immobiliari amb qui mantenia un conflicte per estafa. La geolocalització d'un mòbil i un cotxe van ser clau en la investigació.

El segon episodi es trasllada a Vilassar de Dalt (Maresme) el 12



Imagen d'un dels episodis d'aquesta entrega

l'institut amb un amic per tornar a casa. A la vorera de davant els esperava un grup de joves que el van increpar i el van atacar. Un li va dir que ja l'havien avisat mentre li donava una ganivetada al pit que li va produir la mort.

Dos episodis se centren en els atacs d'un repartidor de menjar a Barcelona durant la tardor del 2020. Aprofitava la feina per agreir sexualment dones als portals. Va cometre cinc agressions en poques setmanes, dues en qüestió d'hores. La pandèmia i les mascaretes en van dificultar la identificació.

La temporada tanca amb l'assassinat d'un mestre de primària trobat mort al seu pis de Barcelona l'octubre del 2007. El seu company el troba en una escena esborronadora. Un robatori o algú pròxim amb intencions oculades? Malgrat que la pista clau va estar sempre a la vista, el cas no es va resoldre fins deu anys després gràcies als avenços tecnològics.

A més de *Crímenes*, la plataforma té disponible al catàleg més produccions de Carles Porta com ara *El crimen de la Guardia Urbana*, *Luz en la oscuridad* i *La caza del solitario*.•

de novembre del 2010. Carme Blanch no va anar a recollir el fill d'uns veïns que cuidava. Amoïnats, entren a casa seva. Poc després va tornar el seu marit, Joan Puigpey. Tot i que semblava un robatori, els Mossos ho descarten aviat. Anys més tard, una llibèr-lula i unes fotos van ser claus per resoldre el cas.

Un altre episodi està dedicat a Àngel Vila, conegut com a *Angelet*, masover de Can Quintana a Cànoves i Samalús (Vallès Oriental), on va acollir ciclistes i muntanyencs. Amb un veí, va obrir un restaurant popular per

la carn a la brasa. Tot i això, un rumor sobre la seva situació econòmica, la nit del 21 de juny del 2003, va canviar el seu destí.

També s'explica un cas a Lleida: dos homes comparteixen un edifici ocupat. Després de diversos conflictes, un va desaparèixer. Dies després, en va aparèixer una cama al pantà d'Utxesa. L'altre home va ser acusat d'assassininar-lo, però va escapar.

Un dels casos més coneguts d'aquesta temporada és el de Ronny Tapias, de 17 anys, que el 28 d'octubre del 2003 va ser apunyalat després de sortir de



Todos los supuestos son acontecimientos difíciles de averiguar que se han extendido en el tiempo.

'Crímenes' regresa mañana a Movistar Plus+ con nuevos casos

En esta nueva temporada, a lo largo de ocho episodios se conocerán siete sucesos diferentes, desde qué ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado, a un chico que fue asesinado en plena calle

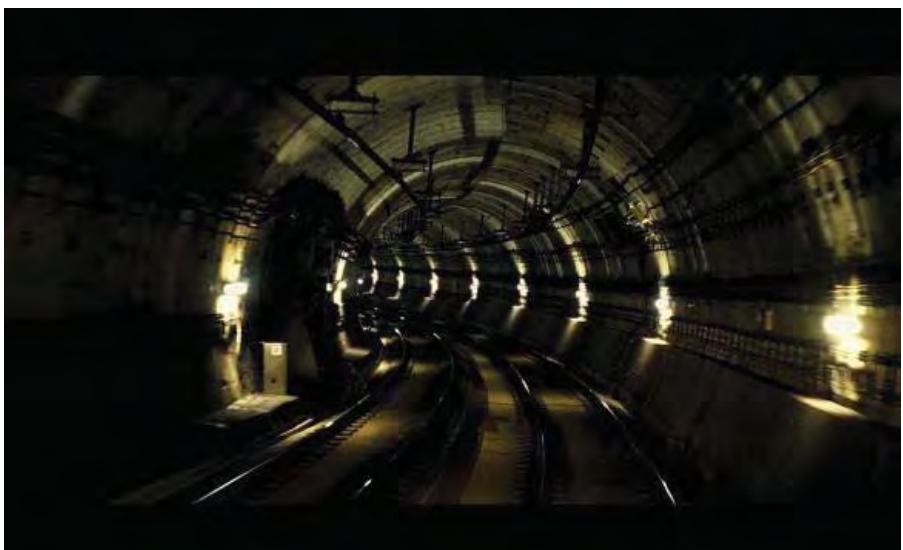
SPC

Vuelve Carles Porta a Movistar Plus+ con una nueva temporada de *'Crímenes'* y con un estilo que lo ha convertido en un fenómeno dentro del *true crime*: como siempre, narra casos que han tenido un gran eco mediático y profundiza en cada uno de ellos, pero a través de una investigación rigurosa y un trabajo de periodismo exhaustivo, manteniendo a la vez la tensión narrativa.

En esta nueva temporada, a lo largo de ocho episodios, conoceremos siete casos diferentes: sabremos qué les ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado en Lérida, a un chico que fue asesinado en plena calle al volver a casa desde su instituto, a un maestro de Primaria que apareció muerto en su piso o conoceremos el caso de un repartidor de comida a domicilio que aprovechaba su trabajo para asaltar sexualmente a mujeres.

PALACETE

Carme Gallart, vecina de los Pallaresos (Tarragona), desaparece el 18 de junio del 2015. Queda para comer con un amigo en Tarragona, pero nunca llega. Cuando su hija denuncia su desaparición, apunta a dos sospechosos: José el



Los ambientes sórdidos y profundos acaparan gran parte de las entregas.

Gaditano, un amigo con el que se envía mensajes y que le va detrás, y Ramón Franch, un agente inmobiliario con el que tiene un litigio pendiente por estafa. Cuando la investigación comienza a dar resultados, la geolocalización de un teléfono y un coche ayudan a esclarecer qué ha pasado.

LIBÉLULA

En Vilassar de Dalt (Barcelona), el 12 de noviembre de 2010, Carme Blanch no se presenta en la escuela a recoger al hijo de unos vecinos a los que hace de canguro. Enseguida, estos sospechan que le ha pasado algo grave y entran en

su casa para comprobarlo. Poco después, su marido, Joan Puigpey, vuelve de trabajar. Aunque inicialmente parece un robo, los Mossos descartan rápidamente esta hipótesis. Años más tarde, una libélula y unas fotografías son clave para descubrir la verdad sobre este caso tan extraño.

ANGELET

Ángel Vila, conocido como Angelet, es el labrador de Can Quintana, una masía dentro del término de Cànoves i Samalús (Barcelona) donde vive y acoge a ciclistas, senderistas y montañeros que pasan por la zona.

Con su vecino, improvisa un pequeño restaurante que se hace famoso por la carne a la brasa y que acaba siendo conocido por la gente gracias a las redes sociales. En la noche del 21 de junio del 2003, un rumor sobre su estado financiero le cambia el destino y todo acaba en tragedia.

MONCLOA

Dos hombres comparten un edificio ocupado en Lérida. Tras varias desavenencias, uno de ellos desparece en extrañas circunstancias.

Pocos días después encuentran su pierna en el pantano de Utxesa. El otro hombre es acusado de asesinarle y descuartizarle, pero se fugó al extranjero.

RONNY

El 28 de octubre de 2003 Ronny Tañadas, un chico de tan solo 17 años y de origen colombiano, sale del instituto con un amigo con la intención de regresar a su casa. Sin embargo, en la acera de enfrente les espera un grupo de jóvenes, que le increpan y le atan. Uno de ellos le dice que ya le habían avisado mientras le daban una cuchillada en el pecho que le produce la muerte.

POWER GIRLS (DOS EPISODIOS)

Otoño de 2020. Un repartidor de comida a domicilio aprovecha su trabajo para asaltar sexualmente a chicas en el portal de casa en Barcelona.

El sujeto ya ha cometido cinco agresiones en pocas semanas y las dos últimas en pocas horas. Es época de la pandemia del coronavirus y todo el mundo está obligado a llevar mascarilla.

Ambas circunstancias impiden identificar al agresor por parte de la Policía.

BENITO

Octubre 2007. Un maestro de Educación Primaria aparece asesinado en un piso de Barcelona en extrañas circunstancias. Su compañero es quien lo encuentra muerto con una escena que será muy difícil de olvidar.

¿Se trata de un robo o alguien que le conocía quería acabar con él? El caso tardará hasta 10 años en resolverse pese a que la pista siempre estuvo delante, aunque los investigadores no dieron con ella en el momento adecuado.

Sin embargo, gracias a los avances tecnológicos, al final la Policía Científica podrá ir más allá y resolver un crimen que se estaba convirtiendo en un caso complicado de averiguar.



ENTRETENIMIENTO | ASUNTOS MUY MEDIÁTICOS



Todos los supuestos son acontecimientos difíciles de averiguar que se han extendido en el tiempo.

'Crímenes' regresa mañana a Movistar Plus+ con nuevos casos

En esta nueva temporada, a lo largo de ocho episodios se conocerán siete sucesos diferentes, desde qué ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado, a un chico que fue asesinado en plena calle

SPC

Vuelve Carles Porta a Movistar Plus+ con una nueva temporada de *'Crímenes'* y con un estilo que lo ha convertido en un fenómeno dentro del *true crime*: como siempre, narra casos que han tenido un gran eco mediático y profundiza en cada uno de ellos, pero a través de una investigación rigurosa y un trabajo de periodismo exhaustivo, manteniendo a la vez la tensión narrativa.

En esta nueva temporada, a lo largo de ocho episodios, conoceremos siete casos diferentes: sabremos qué les ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado en Lérida, a un chico que fue asesinado en plena calle al volver a casa desde su instituto, a un maestro de Primaria que apareció muerto en su piso o conoceremos el caso de un repartidor de comida a domicilio que aprovechaba su trabajo para asaltar sexualmente a mujeres.

PALACETE

Carme Gallart, vecina de los Pallaresos (Tarragona), desaparece el 18 de junio del 2015. Queda para comer con un amigo en Tarragona, pero nunca llega. Cuando su hija denuncia su desaparición, apunta a dos sospechosos: José el



Los ambientes sórdidos y profundos acaparan gran parte de las entregas.

Gaditano, un amigo con el que se envía mensajes y que le va detrás, y Ramón Franch, un agente inmobiliario con el que tiene un litigio pendiente por estafa. Cuando la investigación comienza a dar resultados, la geolocalización de un teléfono y un coche ayudan a esclarecer qué ha pasado.

LIBÉLULA

En Vilassar de Dalt (Barcelona), el 12 de noviembre de 2010, Carme Blanch no se presenta en la escuela a recoger al hijo de unos vecinos a los que hace de canguro. Enseguida, estos sospechan que le ha pasado algo grave y entran en

su casa para comprobarlo. Poco después, su marido, Joan Puigpey, vuelve de trabajar. Aunque inicialmente parece un robo, los Mossos descartan rápidamente esta hipótesis. Años más tarde, una libélula y unas fotografías son clave para descubrir la verdad sobre este caso tan extraño.

ANGELET

Ángel Vila, conocido como Angelet, es el labrador de Can Quintana, una masía dentro del término de Cànoves i Samalús (Barcelona) donde vive y acoge a ciclistas, senderistas y montañeros que pasan por la zona.

Con su vecino, improvisa un pequeño restaurante que se hace famoso por la carne a la brasa y que acaba siendo conocido por la gente gracias a las redes sociales. En la noche del 21 de junio del 2003, un rumor sobre su estado financiero le cambia el destino y todo acaba en tragedia.

MONCLOA

Dos hombres comparten un edificio ocupado en Lérida. Tras varias desavenencias, uno de ellos desaparece en extrañas circunstancias.

Pocos días después encuentran su pierna en el pantano de Utxesa. El otro hombre es acusado de asesinarle y descuartizarle, pero se fugó al extranjero.

RONNY

El 28 de octubre de 2003 Ronny Tañá, un chico de tan solo 17 años y de origen colombiano, sale del instituto con un amigo con la intención de regresar a su casa. Sin embargo, en la acera de enfrente les espera un grupo de jóvenes, que le increpan y le atan. Uno de ellos le dice que ya le habían avisado mientras le daban una cuchillada en el pecho que le produce la muerte.

POWER GIRLS (DOS EPISODIOS)

Otoño de 2020. Un repartidor de comida a domicilio aprovecha su trabajo para asaltar sexualmente a chicas en el portal de casa en Barcelona.

El sujeto ya ha cometido cinco agresiones en pocas semanas y las dos últimas en pocas horas. Es época de la pandemia del coronavirus y todo el mundo está obligado a llevar mascarilla.

Ambas circunstancias impiden identificar al agresor por parte de la Policía.

BENITO

Octubre 2007. Un maestro de Educación Primaria aparece asesinado en un piso de Barcelona en extrañas circunstancias. Su compañero es quien lo encuentra muerto con una escena que será muy difícil de olvidar.

¿Se trata de un robo o alguien que le conocía quería acabar con él? El caso tardará hasta 10 años en resolverse pese a que la pista siempre estuvo delante, aunque los investigadores no dieron con ella en el momento adecuado.

Sin embargo, gracias a los avances tecnológicos, al final la Policía Científica podrá ir más allá y resolver un crimen que se estaba convirtiendo en un caso complicado de averiguar.



Tribuna
grupo

promecal

CINE Y TELEVISIÓN

'Crímenes' regresa mañana a Movistar Plus+ con nuevos casos

SPC - jueves, 8 de mayo de 2025

En esta nueva temporada, a lo largo de ocho episodios se conocerán siete sucesos diferentes, desde qué ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado, a un chico que fue asesinado en plena calle



Todos los supuestos son acontecimientos difíciles de averiguar que se han extendido en el tiempo. - Foto: Movistar Plus+

Vuelve Carles Porta a Movistar Plus+ con una nueva temporada de Crímenes y con un estilo que lo ha convertido en un fenómeno dentro del true crime: como siempre, narra casos que han tenido un gran eco mediático y profundiza en cada uno de ellos, pero a través de una investigación rigurosa y un trabajo de periodismo exhaustivo, manteniendo a la vez la tensión narrativa.

En esta nueva temporada, a lo largo de ocho episodios, conoceremos siete casos diferentes: sabremos qué les ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado en Lérida, a un chico que fue asesinado en plena calle al volver a casa desde su instituto, a un maestro de Primaria que apareció muerto en su piso o conoceremos

el caso de un repartidor de comida a domicilio que aprovechaba su trabajo para asaltar sexualmente a mujeres.

Palacete

Carme Gallart, vecina de los Pallaresos (Tarragona), desaparece el 18 de junio del 2015. Queda para comer con un amigo en Tarragona, pero nunca llega. Cuando su hija denuncia su desaparición, apunta a dos sospechosos: José el Gaditano, un amigo con el que se envía mensajes y que le va detrás, y Ramón Franch, un agente inmobiliario con el que tiene un litigio pendiente por estafa. Cuando la investigación comienza a dar resultados, la geolocalización de un teléfono y un coche ayudan a esclarecer qué ha pasado.

Libélula

En Vilassar de Dalt (Barcelona), el 12 de noviembre de 2010, Carme Blanch no se presenta en la escuela a recoger al hijo de unos vecinos a los que hace de canguro. Enseguida, estos sospechan que le ha pasado algo grave y entran en su casa para comprobarlo. Poco después, su marido, Joan Puigpey, vuelve de trabajar. Aunque inicialmente parece un robo, los Mossos descartan rápidamente esta hipótesis. Años más tarde, una libélula y unas fotografías son clave para descubrir la verdad sobre este caso tan extraño.

Angelet

Ángel Vila, conocido como Angelet, es el labrador de Can Quintana, una masía dentro del término de Cànoves i Samalús (Barcelona) donde vive y acoge a ciclistas, senderistas y montañeros que pasan por la zona.

Con su vecino, improvisa un pequeño restaurante que se hace famoso por la carne a la brasa y que acaba siendo conocido por la gente gracias a las redes sociales. En la noche del 21 de junio del 2003, un rumor sobre su estado financiero le cambia el destino y todo acaba en tragedia.

Moncloa

Dos hombres comparten un edificio ocupado en Lérida. Tras varias desavenencias, uno de ellos desaparece en extrañas circunstancias.

Pocos días después encuentran su pierna en el pantano de Utxesa. El otro hombre es acusado de asesinarle y descuartizarle, pero se fuga al extranjero.

Ronny

El 28 de octubre de 2003 Ronny Tapias, un chico de tan solo 17 años y de origen colombiano, sale del instituto con un amigo con la intención de regresar a su casa. Sin embargo, en la acera de enfrente les espera un grupo de jóvenes, que le increpan

y le atacan. Uno de ellos le dice que ya le habían avisado mientras le da una cuchillada en el pecho que le produce la muerte.

Power girls

(Dos episodios)

Otoño de 2020. Un repartidor de comida a domicilio aprovecha su trabajo para asaltar sexualmente a chicas en el portal de casa en Barcelona.

El sujeto ya ha cometido cinco agresiones en pocas semanas y las dos últimas en pocas horas. Es época de la pandemia del coronavirus y todo el mundo está obligado a llevar mascarilla.

Ambas circunstancias impedirán identificar al agresor por parte de la Policía.

Benito

Octubre 2007. Un maestro de Educación Primaria aparece asesinado en un piso de Barcelona en extrañas circunstancias. Su compañero es quien lo encuentra muerto con una escena que será muy difícil de olvidar.

¿Se trata de un robo o alguien que le conocía quería acabar con él? El caso tardará hasta 10 años en resolverse pese a que la pista siempre estuvo delante, aunque los investigadores no dieron con ella en el momento adecuado.

Sin embargo, gracias a los avances tecnológicos, al final la Policía Científica podrá ir más allá y resolver un crimen que se estaba convirtiendo en un caso complicado de averiguar.

INFORMACIÓN PUBLICADA POR TRIBUNA DE LEÓN, TRIBUNA DE ÁVILA, TRIBUNA DE ZAMORA, TRIBUNA DE SALAMANCA, TRIBUNA DE SEGOVIA, TRIBUNA DE BURGOS, DIARIO DE BURGOS, DIARIO PALENTINO, DIARIO DE ÁVILA, LA TRIBUNA DE ALBACETE, LA TRIBUNA DE CIUDAD REAL, LA TRIBUNA DE TOLEDO, LA TRIBUNA DE CUENCA, LA TRIBUNA DE GUADALAJARA, EL DÍA DE SEGOVIA, EL DÍA DE SORIA, EL DÍA DE VALLADOLID





‘Crímenes’. Foto: Movistar Plus+

Carles Porta vuelve con el ‘true crime’ a Movistar Plus+

MADRID – El fenómeno de ‘true crime’ *Crímenes*, de Carles Porta, regresa a Movistar Plus+ con una quinta temporada compuesta por ocho episodios que narran siete casos.

Con los títulos de *Palacete*, *Libélula*, *Angelet*, *Moncloa*, *Ronny*, *Power Girls* (doble episodio) y *Benito* sabremos qué les ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado en Lleida, a un chico que fue asesinado en plena calle al volver a casa desde su instituto, a un maestro de primaria que apareció muerto en su piso o conoceremos el caso de un repartidor de comida a domicilio que aprovechaba su trabajo para asaltar sexualmente a mujeres.

Según destaca Movistar Plus+, en *Crímenes* conocemos “casos que han tenido un gran eco mediático y profundiza en cada uno de ellos, pero a través de una investigación rigurosa y un trabajo de periodismo exhaustivo, manteniendo a la vez la tensión narrativa”. –NTM



‘Crímenes’. Foto: Movistar Plus

Carles Porta vuelve con el ‘true crime’ a Movistar Plus

MADRID – El fenómeno de true crime *Crímenes*, de Carles Porta, regresa a Movistar Plus con una quinta temporada compuesta por ocho episodios que narran siete casos.

Con los títulos de *Palacete*, *Libélula*, *Angelet*, *Moncloa*, *Ronny*, *Power Girls* (doble episodio) y *Benito* sabremos qué les ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado en Lleida, a un chico que fue asesinado en plena calle al volver a casa desde su instituto, a un maestro de primaria que apareció muerto en su piso o conoceremos el caso de un repartidor de comida a domicilio que aprovechaba su trabajo para asaltar sexualmente a mujeres.

Según destaca Movistar Plus, en *Crímenes* se verán “casos que han tenido un gran eco mediático y profundiza en cada uno de ellos, pero a través de una investigación rigurosa y un trabajo de periodismo exhaustivo, manteniendo a la vez la tensión narrativa”. – NTM



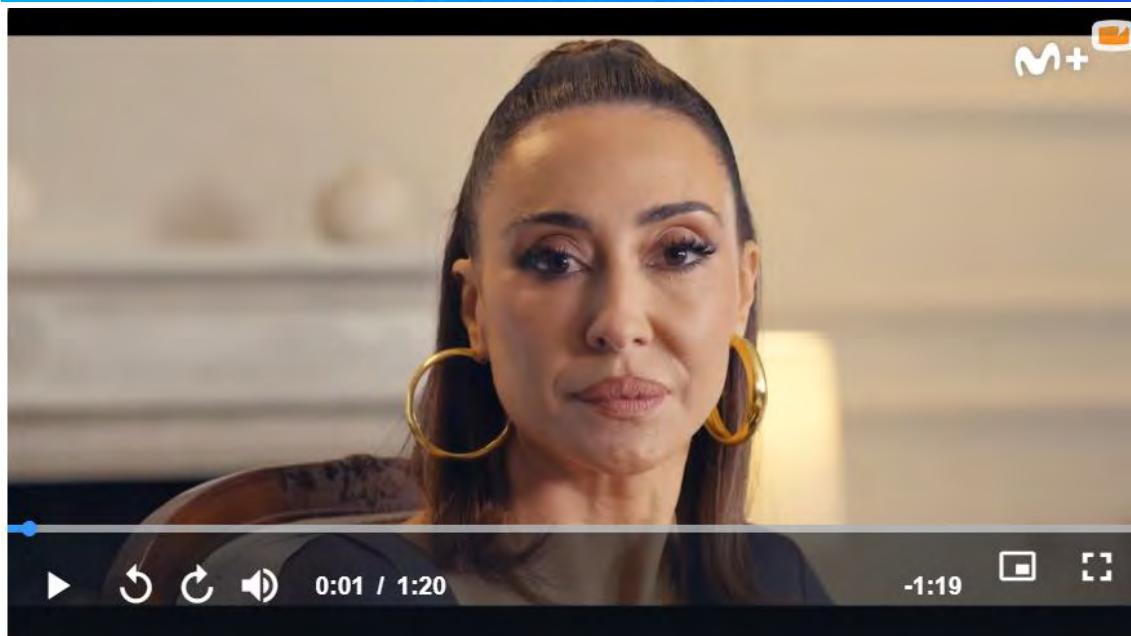
‘Crímenes’. Foto: Movistar Plus+

Carles Porta vuelve con el ‘true crime’ a Movistar Plus+

MADRID – El fenómeno de *true crime* *Crímenes*, de Carles Porta, regresa a Movistar Plus+ con una quinta temporada compuesta por ocho episodios que narran siete casos.

Con los títulos de *Palacete*, *Libélula*, *Angelet*, *Moncloa*, *Ronny*, *Power Girls* (doble episodio) y *Benito* sabremos qué les ocurrió a dos personas que compartían un edificio ocupado en Lleida, a un chico que fue asesinado en plena calle al volver a casa desde su instituto, a un maestro de primaria que apareció muerto en su piso o conoceremos el caso de un repartidor de comida a domicilio que aprovechaba su trabajo para asaltar sexualmente a mujeres.

Según destaca Movistar Plus+, en *Crímenes* conocemos “casos que han tenido un gran eco mediático y profundiza en cada uno de ellos, pero a través de una investigación rigurosa y un trabajo de periodismo exhaustivo, manteniendo a la vez la tensión narrativa”. – NTM



LAZOS INQUEBRANTABLES

Tráiler de 'Las Berrocal', el docureality de la familia de Vicky Martín Berrocal para Movistar Plus+

La familia de la diseñadora abre las puertas de sus vidas el 20 de mayo para mostrar la fuerza de sus lazos familiares.

Movistar Plus+ | Publicado: Jueves 8 Mayo 2025 10:44 (hace 4 horas)

Movistar Plus+ ha lanzado el primer tráiler oficial de 'Las Berrocal', su esperada y primera apuesta por el género del docureality. Este proyecto adentra al espectador en el universo de cuatro mujeres con personalidades arrebatadoras: Vicky Martín Berrocal, su madre Victoria Martín Serrano, su hermana Rocío Martín Berrocal y su hija Alba Díaz Martín.

'Las Berrocal' irá más allá del glamour y la elegancia para mostrarnos las luces y sombras de una familia que ha construido un universo propio donde el amor y el apoyo mutuo son fundamentales. La serie explorará los pilares de las cuatro mujeres de esta familia: la autenticidad, la intimidad y los intensos lazos que las unen, ofreciendo un retrato íntimo, cercano y emotivo. A través de emocionantes reencuentros, recuerdos y confesiones, Vicky Martín Berrocal y su familia revelarán su lado más íntimo y nos abrirán las puertas de sus casas y de sus vidas.

Con el estreno el próximo martes 20 de mayo, 'Las Berrocal', con cuatro episodios de cincuenta minutos de duración, reafirma la apuesta de Movistar Plus+ por la autenticidad y la cercanía. Vicky Martín Berrocal describió el docureality como "un viaje íntimo y emotivo" y una celebración de la fuerza, el amor y la inspiración de las mujeres que han marcado su vida. Su madre, a su vez, confiesa que ha sido una experiencia "liberadora y terapéutica".

'Las Berrocal': Movistar Plus+ presenta el tráiler del docureality del clan familiar

Por J Vallejo 7 mayo, 2025

Cuatro mujeres, un apellido y una historia compartida que va mucho más allá de las apariencias.



Así es como se presenta 'Las Berrocal', el nuevo docureality que promete conquistar a los espectadores con una mezcla de carisma, autenticidad y vínculos familiares profundos.

Vicky Martín Berrocal, Rocío Martín Berrocal, Victoria Martín Serrano y Alba Díaz Martín se convierten en las protagonistas absolutas de este viaje íntimo, donde lo público y lo privado se entrelazan sin complejos.

El formato invita a adentrarse en el día a día de estas cuatro mujeres que, aunque unidas por la sangre, pertenecen a generaciones distintas, lo que da pie a momentos tan divertidos como emotivos.

Desde los roces cotidianos hasta las grandes confesiones, cada episodio es una ventana a un universo muy personal donde el brillo del éxito convive con las inseguridades más humanas.

Lejos de ofrecer una imagen edulcorada, la serie se apoya en una narrativa honesta que no rehúye los contrastes. El glamour y la sofisticación que rodean a 'Las Berrocal' se ven acompañados por reflexiones sobre la maternidad, la fama, la independencia y el legado familiar. No hay

máscaras: lo que se muestra es el resultado de años de complicidad, de acuerdos y también de diferencias que, lejos de separar, fortalecen el lazo entre ellas.

El cine español rompe con la maldición de Cannes: "Tiene un valor simbólico y económico enorme que dos películas españolas estén entre las 20 mejores del año"

'Romería', de Carla Simón, y 'Sirat', de Oliver Laxe, compiten en el festival francés e inauguran una revolución por venir. Sus directores conversan sobre su obra, su vida y el nuevo tiempo



Luis Martínez Jueves, 8 mayo 2025 - 22:47

Carla Simón está en Barcelona. Más concretamente, en el barrio del Eixample, en la sede del estudio donde afina el sonido de su película. **Oliver Laxe, en Lugo.** Más concretamente, en Vilela, un lugar verde y claro de la parroquia de Son, en el concejo de Navia de Suarna, en la comarca de los Ancares, en el mundo probablemente. El segundo, además, está algo fastidiado. Una laringitis ya casi curada le hace exhibir una voz ligeramente grave, profunda incluso, y una mente en un estado contradictorio de vaporosa lucidez. "Perdonad si divago, pero me cuesta centrarme con la fiebre", dice casi más por coquetería que por prevención. Ella, por su parte, presume de embarazo. El suyo es una embarazo de ocho meses orondo y tan evidentemente feliz que hasta ofende. Y que no se priva de nada, ni siquiera de una diabetes gestacional que la mantiene hambrienta sin interrupción y hasta sin ganas. "No paro de comer un segundo", dice.

Los dos, a su modo, son pioneros. No en lo de la laringitis ni el embarazo, sino en eso que el tiempo ha dado en llamar cine español. Y no lo dicen ellos, sino eso más serio y pitagórico que son las cifras. Decía el filósofo del muslo de oro que en el número reside la esencia de todo lo real y tampoco es el momento de llevarle la contraria. **Desde 2009 (hace, por tanto, 16 años) no se daba que dos directores españoles coincidían en la sección oficial competitiva del festival de Cannes.** Fueron Isabel Coixet y Pedro Almodóvar. Antes, fue en el lejano 1988 cuando Vicente Aranda y Carlos Saura hicieron otro tanto. Ese 2009 citado fue la última vez que un director español que no fuera el manchego y de nombre Pedro (presente en 2019, 2016, 2011, el 2009 de marras, 2006 y 1999) llegó ahí mismo. Y hay que remontarse 1996, de la mano de Julio Medem, para asistir a un fenómeno (pues eso es dada su escasez) similar. Ahora, uno está en Barcelona y otro, en Lugo, pero dentro de poco (el Festival empieza el 12 de mayo) los dos estarán juntos en Cannes. Todo un prodigo pitagórico y hasta cinematográfico sin duda.

Carla Simón estrenará en la Croisette *Romería* y Oliver Laxe, *Sirat*. La primera película se ocupa de una niña, ya adolescente, que busca el lugar en el que se perdieron sus padres muertos en la pandemia del sida en el fragor de los años 80. Esa niña, que se llama Marina, tiene mucho que ver con la propia directora. La segunda cinta también se ocupa de otra niña, pero ésta, en vez de buscar el origen de su familia, es ella la perdida y el objeto de búsqueda por parte de su padre y de su hermano. Se llama Mar. **Mar y Marina. Todo encaja.** "Yo siento que acabo de llegar a la fiesta", comenta la directora. Y sigue: "Me lo tomo con mucha ilusión y como con la conciencia clara del privilegio que es estar en Cannes. Entiendo que estar ahí no significa que la tuya sea una de las 22 mejores películas del año, pero, sin duda, es un lugar privilegiado, el mayor de todos, para estar si te dedicas al cine. Lo valoro muchísimo, pero soy muy consciente de la necesidad de seguir siendo autocrítica". La que habla, no se olvide, fue León de oro en el festival de Berlín gracias a *Alcarràs* en 2022 y lo fue, más números, casi 40 años después de que lo lograra el último cineasta español.

"Es una película, si se quiere, temeraria. La primera reacción que tuve del festival tras ver la película fue que el gesto que propone *Sirat* necesitaba ser apoyado y que por eso la seleccionaban..."

Oliver Laxe

El caso de Laxe es distinto. Su cine, todo él, ha pasado por Cannes y en el festival francés se ha hecho grande. Su primer largo, *Todos vós sodes capitáns*, logró el premio de la crítica en el festival paralelo la Quincena de los Realizadores. Su siguiente trabajo, *Mimosas*, conquistó el premio mayor en la Semana de la Crítica, el lugar del certamen francés dedicado a las primeras y segundas películas. Y *Lo que arde* se llevó el Premio del Jurado en la sección Un Certain Regard. Digamos que el hecho de que Sirat acceda al lugar reservado a los elegidos se puede considerar una consecuencia casi natural. ¿Se puede pensar una película para estar en Cannes? "Las motivaciones para hacer una película son muy diversas y complejas. Está claro que hay algo sin duda noble en nuestro oficio, hay un trabajo de mirarse adentro, de conocimiento de uno mismo. Pero al mismo tiempo tienes que tener algo tan primario y mundano como ambición. Sin ambición no llegas a un sitio como Cannes". Pausa ligeramente febril y crítica. "Pero al mismo tiempo hoy es mucho más fácil hacer cine que lo era cuando yo empecé. **Y es cierto que ves a mucho cineasta que parece diseñado por una inteligencia artificial**". Nueva pausa. "Obviamente, este último no es mi caso. Cannes me ha acompañado desde el principio y también lo ha hecho en éste nuevo proyecto que es muy arriesgado y que necesitaba hacerlo desde hace tiempo. Es una película, si se quiere, temeraria. La primera reacción que tuve del festival tras ver la película fue que el gesto que propone Sirat necesitaba ser apoyado y que por eso la seleccionaban... No sé si he respondido", dice.

Cada una de las dos películas, como el viento, sopla donde quiere y nace de un sitio distinto. En el caso de Carla se trata del cierre de un ciclo. *Romería* concluye lo que se inició con *Verano 1993*. Aquella película narraba con todo detalle el momento en el que Frida, la protagonista, aprendía a llorar en brazos de sus nuevos padres adoptivos, que eran sus tíos, la muerte de sus padres. Frida era Carla. Y Carla era la viva imagen del tiempo, de su tiempo, de cualquier tiempo fracturado. Luego llegó *Después también*, un cortometraje sobre el estigma social del VIH que también quería ser otro abrazo más a esos padres que no estuvieron. Y un poco más tarde apareció como de la nada *Carta a mi madre para mi hijo*, un ensayo cinematográfico deslumbrante que imaginaba en forma de salto generacional un contacto casi místico entre la madre ausente y el hijo inminente. Carla en ese momento estaba embarazada como lo está ahora. Para esta película, la directora se sirvió de una correspondencia dejada por su madre antes de la muerte. *Romería* vuelve a esas cartas y, a su modo, las reescribe. Dice que no le gusta que se hable de trilogía porque, en rigor, no hay tal cosa. No hay personajes que se repitan, ni argumentos recurrentes, ni nada de lo que habitualmente se atribuye a las trinidades, santas o profanas. "Comencé a escribir esta película en pleno confinamiento y conserva ese momento tan íntimo de la propia escritura... El hecho de haber pasado

antes por *Alcarràs*, me ha dado la libertad necesaria para probar cosas sin miedo. En una primera y segunda películas sientes que, de alguna manera, tienes que complacer. Ahora me lo tomando como el momento para probar y experimentar caminos nuevos", comenta.



A su lado, Oliver no es que le lleve la contraria, pero sí discrepa. "La mía es una película", dice, "que quiere dialogar con el público más joven que es una audiencia más difícil porque ya no tiene el hábito de ir al cine. **En este sentido, sí que me atrevo a decir que es más ambiciosa que las otras.** No es que haga concesiones, no me gusta esta palabra por lo que tiene de condescendiente, pero sí he intentado, de manera honesta, clara y directa, acercarme al público, para comunicarme con él de manera explícita... Quizá sea la consecuencia de que nunca antes lo he tenido tan fácil. He rodado siete semanas en lugar de las cinco de mis trabajos anteriores. Esta es una película en la que TVE ha entrado, cosa que nunca hizo antes, y siempre me he sentido apoyado y acompañado

por una televisión privada como Movistar Plus+... Es una obligación compartir e invitar al espectador". Queda claro. Sirat cuenta la historia de un padre y un hijo. Los dos buscan a Mar, su hija y hermana, desaparecida hace meses en una fiesta perdida en medio de las áridas y fantasmagóricas montañas del sur de Marruecos. Lo que sigue es algo así como el destino que les empuja detrás de una última fiesta que se celebrará en el desierto.

Más allá de las motivaciones por separado de cada uno y de sus historias por fuerza disímiles hasta llegar aquí, lo cierto es que uno y otro comparten más de lo que parece. ¿Estamos acaso ante el principio de algo? ¿Veremos desfilar por la prensa el consabido recurso de las nuevas olas que nos alcanzan? "Es complicado valorar un momento en el preciso instante que lo estás viviendo, pero sin duda sí somos conscientes de que algo está pasando. Cuando compartí con Isaki Lacuesta la selección en Berlín la sensación no era de que compitiéramos entre nosotros, sino que, bien al contrario, compartíamos. **Lo que se discute es esa mirada del director jerárquica que toma las decisiones en soledad.** Esta generación está demostrando que esto no tiene que ser así, que se vive mejor si compartes el proceso", dice Carla y Oliver esta vez le da la razón: **"Siento como si hubiéramos salido de la clandestinidad.** Ya en alguna otra ocasión he manifestado que siento que somos Carla y yo de la misma tribu. Nuestras caligrafías puede que sean muy diferentes, pero en el tipo de cine que hacemos hay una mirada hacia dentro que compartimos. Nuestra práctica cinematográfica, tanto mía como de Carla, está muy ligada a un proceso de desarrollo personal y propone un proceso de autodescubrimiento fuerte. Vivimos una época en que es importante mirarse adentro y nuestro anhelo es que el espectador haga ese mismo proceso". Esto otro ya no queda tan claro, pero quizá está en la profundidad de las cosas la gracia de la oscuridad con eco.

Para Oliver vivimos tiempos de histeria generalizada y de miedos demasiados comunes y el cineasta que él confiesa ser no está inmunizado contra ese miedo y contra esa histeria, aunque los combata y lo haga con todas sus fuerzas. "Por eso el cine que hacemos es reflejo de nuestra propia degradación. **Nuestro cine no tiene la misma luz y la misma humanidad que la de nuestros maestros.** De esto último estoy convencido", dice. Y sigue: "Noto que cada vez somos menos pacientes, más cartesianos y nos estamos convirtiendo más en consumidores que en espectadores. **Cada vez nos cuesta más contemplar una obra de arte. Nos conformamos con consumirla.**" Es crítica y es examen de conciencia. Todo a la vez. Y sigue: "Mantengo la teoría que el arte en los procesos de secularización y desmoralización de la sociedad contemporánea ha ido teniendo menos luz, menos energía. Estoy convencido, por desarrollar la idea de antes, que en el cine de nuestros maestros, había más proporción de esencia que de ego. Si el ser humano está compuesto de estos dos elementos, lo que nosotros intentamos es llegar a lo que hay dentro, a la esencia, que la personalidad encubre. Pues bien, esa esencia, que es lo que importa, está más al descubierto en nuestros maestros". Y al legar aquí, se detiene.

"Hay que seguir confiando en que la gente puede conectar de manera sensible e inteligente con lo que tú estás proponiendo y en ningún momento tratar al espectador como esa masa que está viendo no sé qué de Netflix" Carla Simón

Para Carla, el problema, por llamarlo de algún modo, es similar y distinto a la vez. Ella lo llama simplemente desconexión. "Son demasiado los estímulos externos y todo se ha vuelto, tal vez, demasiado superficial. **Echo de menos ese cine más introspectivo, más interior, con más peso...** más conectado con el mundo que importa de verdad... Pero no quiero ser pesimista. De hecho, considero un milagro que una película como *Alcarràs*, que de algún modo es tan personal, haya interesado a más gente. En definitiva, hay que seguir confiando en que la gente puede conectar de manera sensible e inteligente con lo que tú estás proponiendo y en ningún momento tratar al espectador como esa masa que está viendo no sé qué de Netflix", afirma con una contundencia que, como poco, conecta.

PREGUNTA. ¿Creéis que con vosotros se acaba la supuesta maldición con la que el Festival de Cannes había condenado al cine español?

CARLA. No me atrevo a tanto. Recuerdo que cuando estudiaba no paraba de escuchar hablar de la crisis del cine español. Y no lo entendía. Yo iba a ver cine español y me gustaba. Ahora ya no se habla de eso, sino de todo lo contrario. Imagino que llega un momento en el que cambia el discurso. Sí es cierto que no ha habido mucho cine español en Cannes, pero tampoco ha habido de otros muchos países.

OLIVER. No estoy tan de acuerdo con Carla. Países más pequeños como Portugal o, qué sé yo, como Argentina, Tailandia o Camboya sí han tenido representación. Quizá la razón de su ausencia es histórica. Sí es cierto que el cine de autor no ha tenido la fuerza que en otros países de nuestro entorno. Aquí lo que se ha valorado sobre todo ha sido el mercado. No ha habido una convivencia simbiótica en España entre el cine comercial y la expresión artística. El primero fagotizaba al segundo. En mi caso, desde luego, no me puedo quejar. Ha sido Cannes quien me ha apoyado el que me ha legitimado completamente.

CARLA. Tampoco hay que olvidar que España lleva un retraso que tiene que ver con la dictadura. Mientras en otros países eclosionó la modernidad y las nuevas olas, aquí no había nada.

OLIVER. Ahora es diferente porque, por fin, el cine de autor dispone de algunos medios que antes no ha tenido. Narrar es caro, evocar es caro. El cine es un arte desgraciadamente caro y nunca se ha entendido muy bien en España el valor de apoyar al arte. ¿Cuál es el valor de que dos películas españolas estén entre las 20 mejores del año? Creo que tiene un valor simbólico y económico enorme. Y también tenemos que aprender a darnos cuenta de esto... Que una televisión privada no solo te financie sino que te acompañe como lo ha hecho conmigo es un signo de madurez de toda una cinematografía y de toda la sociedad. Es, si se quiere, un sentido de servicio, de darse cuenta de que a todos nos renta hacer un buen pan que nada tiene que ver con el que se hace en Carrefour. Vamos a hacer el mejor pan del mundo porque sabemos hacerlo, porque es sano y porque está más rico. Vamos a hacer, por fin, un cine rico, el mejor cine del mundo.

Y dicho lo cual, a Carla le entra hambre. Y a Oliver también. El 15 se estrena la película de Oliver Laxe y el 21, la de Carla Simón. Primero *Sirat*, luego *Romería*. Buen cine, buen apetito.

kinótico

Industria

INDUSTRIA

España llega al Marché du Film 2025 de Cannes mirando hacia China y la inteligencia artificial

El 13 de mayo, en el marco del Festival de Cannes, arranca también la parte industrial del certamen, donde el talento español intentará hacerse un hueco

Matías G. Rebolledo Madrid Actualizado: 09.05.2025



Imagen de archivo de 2024 de una sesión de 'pitch' en el Marché du Film de Cannes · Fotografía: CLAIRE LEBEAU

Ya teníamos el jurado. Ya sabíamos qué películas se iban a poder ver y, a última hora del jueves, terminamos de completar las incógnitas de la Sección Oficial. Ya tenemos hasta horarios. En apenas unos días, el próximo martes 13 de mayo, arranca la 78 edición del Festival de Cannes y, en ese marco, se desarrolla también el Marché du Film, la cita más importante del año para el músculo industrial del audiovisual europeo. En Kinótico, ya te hemos contado cuáles son los proyectos, rodajes y guiones más jugosos que se venderán al mejor postor estos días, así que ahora

nos toca repasar el meollo de la cuestión 'cannoise' en clave española. ¿Qué conferencias se van a preparar desde nuestro país? ¿Qué profesionales acudirán a la Costa Azul buscando u ofreciendo mentorías? ¿Cómo va a participar el ICAA en esta nueva edición del mercado, tras las amenazas arancelarias de Trump?

Antes de responder, un poco de contexto. Este año, y sucediendo a Suiza, el país de honor será Brasil. Apenas unos meses después del triunfo de 'Aún estoy aquí' en galas de premios alrededor de todo el mundo, y en pleno auge de recuperación cultural posterior a la era Bolsonaro, la nación brasilera se prepara para resurgir como ente cultural del cono sur. La presencia en la última Berlinale de Gabriel Mascaro con 'O último azul' y en Cannes de Kléber Mendonça Filho con 'El agente secreto' desvelan, en realidad, la potencia con la que su país pide paso ante la infamia destructiva del séptimo arte que acontece en Argentina. Además, el Marché du Film de 2025 estrena su apartado Cannes Next, donde tendrán cabida los debates alrededor de las nuevas tecnologías -con más de una veintena de encuentros programados acerca de inteligencia artificial- o la proliferación de 'streamers', considerados por el certamen parte del audiovisual en su conjunto. En total, se espera que pasen por Cannes más de 15.000 profesionales de 140 países, para presentar o debatir 4.000 proyectos en más de 250 eventos de industria.

El papel institucional del ICAA

A buen seguro, la semana que estamos cerrando -jamás informativamente- ha tenido que ser vertiginosa en las oficinas del Ministerio de Cultura y del ICAA. El anuncio de Donald Trump y su guerra arancelaria abierta con el resto del mundo han puesto en guardia al Gobierno español al punto de anunciar que se "defenderá al cine de cualquier amenaza". En ese contexto, y como herencia de la visita oficial del presidente Pedro Sánchez a China, uno de los eventos más relevantes para el audiovisual español será el organizado por el ICAA el viernes 16 de mayo. El propio director general de la institución, Ignasi Camós, tomará la palabra junto a Jara Ayucar, directora de políticas de marketing. ¿El título de la conferencia? 'Traspasando fronteras: encuentro de coproducción entre China y España'. El acto, enormemente significativo en el contexto actual, precederá a la otra gran cita del ICAA, agendada para el día 19, y donde se escucharán 'pitches' de remakes de propiedades intelectuales europeas (italianas, francesas y españolas) para adaptar.



El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y el presidente de la República Popular China, Xi Jinping, conversan durante un encuentro en Moncloa en abril de 2025 · Fotografía: FERNANDO CALVO

Otro punto de interés del Marché pasa por el Spain Audiovisual Hub. La iniciativa en sí será eje central de una conferencia que contará con una presentación de Óscar López, ministro de Transformación Digital y Función Pública. A él se sumarán, en el coloquio, María Coronado (directora audiovisual del SETT), María González Veracruz (secretaria de Estado para la digitalización y la inteligencia artificial) y Carla Redondo (directora general de Ordenación de los Servicios de Digitalización y Comunicación Audiovisual). La conversación, que girará en torno a las distintas oportunidades que ofrece el hub, presentará también las distintas líneas de financiación, que suman un total de 1.712M€ para el sector audiovisual.

También de parte del organismo que dirige Camós, en esta ocasión junto a ICEX, emana la parte española de Cannes Docs. Docs from Spain y Spanish Doc Kaleidoscope pondrán a disposición de los asistentes un espacio para el 'networking' bajo invitación y, además, hasta cuatro proyectos nacionales podrán verse en el Spain Showcase de trabajos sin terminar. Títulos como 'If you wish to make an apple pie', 'La Pietá', 'El Vol de la cigonya' y 'Éramos una gran familia' se presentarán en Cannes a partir del 18 de mayo, compartiendo protagonismo con películas de Palestina, Escocia, Brasil o Canadá, con el objetivo de acercarse a los inversores necesarios en las últimas fases de la producción. Por si todo esto fuera poco, en Cannes hará acto de presencia, de igual modo, Iberseries Platino & Industria, que organiza un encuentro vespertino el día 16 a las 16:00h.



Pablo Berger, durante su visita al Festival de Sevilla para presentar 'Robot dreams' · Fotografía: Mateo Aguilar Caldillo

Un Marché de nombres propios

Si bien lo institucional sirve para que nuestro país, como un todo, pueda asomar la cabeza en el Marché du Film, son los nombres propios los que pueden impulsarse de una manera más clara en citas de este calibre. Es el caso de dos compositores estrechamente ligados a nuestro cine: Joan Vilà, responsable de las bandas sonoras de 'Tú no eres yo' o 'Verano rojo', y Olivier Arson, ganador del Goya por 'El reino' y 'As bestas', siempre de la mano del director Rodrigo Sorogoyen. Ambos músicos forman parte de Spot the composer, un apartado del mercado 'cannoise' que pretende poner en contacto a estos profesionales con productores de todo el mundo para que puedan fluir las sinergias de cara al futuro. ¿Más nombres? Ma Trinidad García Leiva e Isabela Vargas Miranda, ambas investigadoras de la Universidad Carlos III de Madrid, pondrán en común los resultados de un estudio acerca de la penetración del cine europeo en Latinoamérica.

También desde el prestigio que da haber estado nominado al Oscar hará acto de presencia el director Pablo Berger ('Robot dreams'), que este año sucederá a Álex de la Iglesia o Ana Lily Amirpour como padrino de Fantastic 7, la iniciativa del Marché en la que se da cabida a 'pitches' relacionados con el género fantástico y amparados por siete de los certámenes más importantes del mundo: nuestro Festival de Sitges, el de Bucheon, el de El Cairo, el de Guadalajara, el de Hong Kong, el Black Nights de Tallinn y el SXSW que se celebra en Austin, Texas. La elección de Sitges de este año es '1999', proyecto de David Casademunt con producción de Anonymous Content España y Coming Soon Films sobre un joven de 30 años que cree recordar haber sido parte de un exorcismo

siendo un niño. "Lucha a muerte por ese proyecto que te obsesiona. Busca el control y la libertad a la hora de hacer tus películas. Nunca intentes seguir las tendencias o modas, no tiene sentido. Y, sobre todo, aborda cada película como si fuera la última que vas a hacer en tu vida" es el 'leimotiv' con el que Berger ha querido motivar a los cineastas que presentan sus ideas este año.

¿Y qué hay más allá de lo español y mucho español? Bocaditos de cielo cinéfilo. De entre la selección más subjetiva que hemos podido repasar, tres citas ineludibles. 'Inside Letterboxd', un coloquio organizado por la propia aplicación cinéfila que arrasa entre los más jóvenes y en la que se podrá escuchar a su jefe de estrategia, George Linehan-Mitchell, y a su responsable de negocios, David Larkin; la charla 'tête-à-tête' que mantendrán el maestro de los videojuegos Hideo Kojima ('Metal gear solid', 'Death stranding') y el realizador Fatih Akin ('Contra la pared', 'Al otro lado') a colación de los límites del cine y la tecnología a la hora de contar historias; y el interesante panel 'How talent drives investment' ('Cómo el talento atrae a las inversiones'), en el que participan, entre otros ilustres, Noëmie Devide de Goodfellas y el chileno Juan de Dios Larraín, de Fábula.



Cine

“Sirât”, la película original Movistar Plus+ dirigida por Oliver Laxe, presenta tráiler y cartel oficial

8 de mayo de 2025



El filme tendrá su première mundial en la sección oficial a competición del Festival de Cannes

“Sirât”, el nuevo trabajo del director Oliver Laxe, presenta su tráiler y cartel oficial. La película, que llegará a los cines el 6 de junio de la mano de Bteam Pictures, es una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Filmes Da Ermida, El Deseo, Uri Films y 4A4 Productions.

Previamente a su llegada a los cines, el filme tendrá su estreno mundial en la 78^a edición del Festival de Cannes, donde competirá por la Palma de Oro. Sirât es el cuarto largometraje del cineasta gallego, que ha participado con todos sus anteriores filmes en el certamen y ha sido premiado en todas las ocasiones: O que arde (Premio del Jurado de la sección Un Certain Regard), Mimosas (Gran Premio de la Semana de la Crítica) y Todos vós sodes capitáns (su primera película, que le valió el Premio FIPRESCI de la Quincena de Realizadores).

El filme está escrito por Oliver Laxe y Santiago Fillol (co-guionista también junto a Laxe de *O que arde* y *Mimosas*), y protagonizado por Sergi López (Premio César a Mejor Actor y Premio del Cine Europeo a Mejor Actor Europeo por *Harry, un amigo que os quiere*) y por el joven Bruno Núñez (*La Mesías*) junto a Stefania Gadda, Joshua Liam Herderson, Tonin Javier, Jade Ouki y Richard Bellamyun, un grupo de actores que se han enfrentado a su primera experiencia cinematográfica, algo habitual en el cine de Laxe.

El equipo técnico de la película está formado por profesionales reconocidos como Oriol Maymó (*La línea invisible*, *Quien a hierro mata*, *La propera pell*) en la dirección de producción, Mauro Herce en la dirección de fotografía (Premio Goya a Mejor Fotografía por *O que arde*), Laia Ateca (*Mantícora*, *Vida Perfecta*, *La abuela*) en la dirección de arte, Nadia Acimi (*O que arde*, *Mis hermanos y yo*, *Mimosas*) en el diseño de vestuario y el músico Kangding Ray, como compositor de la banda sonora.

Tras su paso por el Festival de Cannes, la película se estrenará en los cines de España el próximo 6 de junio distribuida por Bteam Pictures (productora y distribuidora que cuenta entre sus estrenos con títulos como *20.000 especies de abejas*, *Segundo premio*, *Robot Dreams* o *Marco*, o los internacionales *Otra ronda*, *Priscilla o Parthenope*).



Sinopsis

Un hombre (Sergi López) y su hijo (Bruno Núñez) llegan a una rave perdida en medio de las montañas del sur de Marruecos. Buscan a Mar, su hija y hermana, desaparecida hace meses en una de esas fiestas sin amanecer. Reparten su foto una y otra vez rodeados de música electrónica y un tipo de libertad que desconocen. Allí deciden seguir a un grupo de raveros en la búsqueda de una última fiesta que se celebrará en el desierto, donde esperan encontrar a la joven desaparecida.



EL PALOMITRÓN



SIRÂT ESTRENA TRAILER

Aitziber Polo Publicado el 7 mayo, 2025

El cineasta gallego Oliver Laxe volverá por cuarta vez al Festival de Cannes para presentar su nuevo trabajo, *Sirât*, antes de su llegada a salas españolas el próximo 6 de junio. Hoy se han lanzado el cartel oficial y tráiler de la película.

Sirât ha sido escrita por Laxe y Santiago Fillol, quién ya fue su co-guionista en *O que arde* y *Mimosas*. Está protagonizada por Sergi López (Harry, un amigo que os quiere) y Bruno Núñez (La Mesías) en un reparto que completan Stefania Gadda, Joshua Liam Herderson, Tonin Javier, Jade Ouki y Richard Bellamy, en su primera experiencia como actores de cine, algo habitual en el cine de Laxe.

En el apartado técnico destacan los nombres de Oriol Maymó (La línea invisible) en la dirección de producción, Mauro Herce en la dirección de fotografía (Premio Goya a Mejor Fotografía por *O que arde*), Laia Ateca (Mantícora) en la dirección de arte, Nadia Acimi (*O que arde*) en el diseño de vestuario, y el músico Kangding Ray como compositor de la banda sonora.

Sinopsis

Un padre y un hijo llegan a una rave perdida en medio de las montañas del sur de Marruecos buscando a Mar, hija y hermana, desaparecida hace meses en una de esas fiestas sin amanecer. Distribuyen su foto rodeados de música electrónica y un tipo de libertad que desconocen. Allí deciden seguir a un grupo de raveros en la búsqueda de una última fiesta que se celebrará en el desierto, donde esperan encontrar a la joven desaparecida.

Sirât es una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Filmes Da Ermida, El Deseo, Uri Films y 4A4 Productions. Tras su paso por Cannes, se distribuirá en España de la mano de Bteam Pictures.

CincoDías

TELEFÓNICA

Telefónica nombra a Borja de Nicolás nuevo responsable del negocio residencial en España

El directivo asumirá la cartera de clientes de Movistar y de O2



Borja de Nicolás nuevo director general de B2C de Telefónica España.

R. M. Madrid - 08 MAY 2025 - 17:11 CEST

Telefónica España ha nombrado a Borja de Nicolás nuevo director general del segmento de B2C, el mercado residencial, en sustitución de Óscar Candiles. El directivo acumula una larga experiencia en Telefónica, en la que ingresó en 2002, como responsable de Estrategia y Planificación, director financiero de Telefónica Digital Audiovisual, y director de marketing de producto. Desde 2022 era el responsable de la marca O2, la marca de bajo coste de Telefónica en España.

Ahora pasará a ser el responsable de todo el negocio residencial de Telefónica España, que incluye la marca Movistar, con el portafolio MiMovistar de ofertas convergentes, así como la marca O2, que se lanzó en 2018 para competir en el mercado low cost.

Telefónica España tiene 21 millones de líneas móviles y 6 millones de banda ancha, incluyendo los clientes residenciales (B2C) y los empresariales (B2B).

De Nicolás reportará a Óscar Candiles, que ha pasado a ser el Chief Revenue Officer. A Candiles reportan todos los negocios en España, es decir, el mercado residencial (B2C); el mercado empresarial y de grandes cuentas (B2B), dirigido por Eduardo Ariste; y el mercado mayorista de alquiler de redes a otros operadores, que dirige Marisa Urquía.

El cargo de Candiles es similar al que tenía Sergio Oslé como consejero delegado del negocio en España, aunque sin tener bajo su mando las operaciones, -las redes y la informática-, que siguen bajo la dirección de Sergio Sánchez y que reportan a Borja Ochoa, el nuevo presidente de Telefónica España, procedente de Indra y nombrado por Marc Murtra, el presidente ejecutivo del grupo.

Este uno más de los cambios que está efectuando la compañía en todas sus divisiones. El pasado 6 de mayo la operadora anunciaba la renovación del consejo de administración de la plataforma Movistar+ con los nombramientos de Màrius Carol, ex director de La Vanguardia, y Gerard Guiu, ex alto cargo del FC Barcelona y actual director de Relaciones Institucionales y Comunicación del Cercle d'Economia. Días antes, se conocía la salida de Adrián Zunzunegui, el director de Relaciones con Inversores de la operadora desde mayo de 2018, que aún no tiene sustituto. Y también se filtraba la contratación del hijo menor del presidente del Tribunal Constitucional, Gonzalo Conde-Pumpido Martínez de Careaga, como gerente y analista jefe de Políticas Públicas, Competencia y Asuntos Regulatorios de la operadora.

BUSINESS INSIDER

Tecnología

Álvarez-Pallete, expresidente de Telefónica: "El 52% de tráfico de datos que hoy va por las redes ya no es humano"



José María Álvarez-Pallete fue presidente ejecutivo de Telefónica desde 2016 hasta enero de 2025.

Yovanna Blanco Reinosa 8 may. 2025 22:02h.

El expresidente de Telefónica, José María Álvarez-Pallete, cree que "Europa está regulando para caballos un mundo de autopistas" e insta a repensar el contrato social.

Considera que "los datos son parte de la dignidad de la persona y no pueden ser expropiados sin contrapartida; son un nuevo factor de producción, como el capital y el trabajo". Y muestra su preocupación por el impacto de las redes sociales.

"Nunca en la historia se ha producido una acumulación de tecnología como la que estamos viviendo ahora", sostiene José María Álvarez-Pallete, expresidente de Telefónica hasta el pasado enero.

Una idea, dos datos.

- El impacto en el Producto Interior Bruto (PIB) per cápita es 4 veces el de la Revolución Industrial, la mayor acumulación de tecnología hasta la fecha.
- En 7 años, la inteligencia artificial (IA) generativa, una "máquina capaz de emular el pensamiento", tendrá un impacto 70 veces más grande que la Revolución Industrial en sus primeros 70 años.

¿El diagnóstico? "Cada vez que ha habido una acumulación de tecnología lo ha cambiado todo: la economía, el orden mundial...", ha asegurado hoy Álvarez-Pallete en el I Encuentro de Geopolítica organizado por IESE Business School y FTI Consulting.

Ante esta situación, el directivo tiene claro qué hacer: "Hay entidades supranacionales que no son políticas, son económicas, para las que el contrato social no está preparado. Hay que replanteárselo y no podemos enfocarlo desde una óptica tradicional".

Porque, a día de hoy, hay una clara convivencia entre el orden político y la tecnología —Trump y Musk o la fotografía de la toma de posesión de Trump con Bezos, Cook y Zuckerberg en primera fila—: "Hay plataformas capaces de influir en la esfera política y social de forma permanente".

Álvarez-Pallete es optimista. Cree que la IA va a solucionar problemas que antes no se podían solucionar. Pero también es realista: "El 52% de tráfico de datos que hoy va por las redes de telecomunicaciones ya no es humano. El 32% del tráfico total es cibercrimen. Es como si uno de cada 3 coches que va por la A6 fuera un criminal. El problema de los datos es que es abstracto y no lo vemos".

Por eso, cree que es el momento de sentarse a definir qué debe hacer la tecnología. Y que son las personas las que deben sentarse en esa mesa y acordarlo. "Se ha generado un nuevo factor de producción, los datos, como el capital y el trabajo. Los datos son parte de la dignidad de la persona y no pueden ser expropiados sin contrapartida. La economía está cambiando, pero el valor de los datos no está reflejado en la economía española ni en la europea. Tributaremos por los datos", anticipa.

"Es una carrera entre bloques, pero la cuestión de fondo no puede ser una carrera sin reglas. Europa tiene mucho que decir, ha sido cuna de valores. Decía lo mismo cuando estaba en Telefónica, pero se me presuponía un interés. Pero lo que veo es un uso irresponsable de recursos compartidos", afirma.

Y piensa que Europa aún tiene una oportunidad. Si espabila. En su opinión, "Europa exporta valores y está regulando para caballos un mundo de autopistas".

¿Un ejemplo? Las telecomunicaciones. "Se ha regulado mal el sector. El 2G y el 3G es europeo, el 4G y el 5G no. Europa se durmió en la capacidad de computación y no hay ninguna compañía europea entre las 20 más innovadoras del mundo", asegura Álvarez-

Pallete. "La definición de mercado está mal y el sector ha sido deflacionario por definición 35 años. Han surgido actores que ignoran porque no saben cómo medirlos. Hay que hacer una enmienda a la totalidad".

El impacto de las redes sociales entre los más jóvenes

Álvarez-Pallete, economista de formación, dejó Telefónica en enero después de que la Sepi, a través de la que el Gobierno articula su participación en la compañía, promoviese un cambio en la presidencia que desembocó en el nombramiento de Marc Murtra.

"Es una fase nueva y hay que adaptarse a ella. Es otro ritmo, pasar de ir a 300 kilómetros por hora a tener tiempo, pero ahora puedo dedicarme a cosas a las que antes no podía, como el mundo académico, al que le estoy dedicando un tercio de mi tiempo. Estoy muy entusiasmado con esa parte", dice.

Álvarez-Pallete, que en las últimas semanas, se ha incorporado al comité asesor de Bupa Europa & Latinoamérica (Sanitas) y Glow Service, recuerda el vértigo y la ansiedad que le produjo el COVID: "Nunca habíamos simulado que en un escenario que el 100% de la población estuviera en su casa haciendo todo. La red no se diseñó para eso".

Pero el vértigo y la ansiedad también se generan el impacto de las redes sociales en los adolescentes o cómo se distribuye la desinformación.

"La democracia no está pensada para este mundo. La verdad es la piedra angular de la democracia, pero se ataca a la verdad como pilar de la democracia. La cadena entre el hecho y el ciudadano se ha desintermediado. El algoritmo no es neutral. Viraliza aquello que da más audiencia a la red social para que pases más tiempo en ella y te pueda perfilar mejor. Le da lo mismo viralizar algo que es verdad que algo que no lo es", explica.

La clave es la economía de la atención, que es, en sí mismo, un modelo de negocio: "TikTok tiene un modelo de IA para cada usuario que se reentrena cada 7 minutos, lo hace viendo qué has hecho, o a través de la cámara estudia dónde mira tu pupila. La sociedad empieza a reaccionar, pero hay que reaccionar más rápido".

En el podio de su lista de preocupaciones está la desigualdad. "En 1989, el 69% de la desigualdad mundial era entre países. Hoy, el 70% es la desigualdad dentro del país y radicalizar a la gente es muy fácil", subraya.

Cveintiuno

España “está preparada” para defender su audiovisual de los aranceles de Trump, dice su ministro de Cultura



Reunión entre el ministerio de Cultura y representantes del audiovisual español (Fuente: @culturagob)

El ministro de Cultura de España Ernest Urtasun afirmó que el gobierno español “está preparado” para responder “ante cualquier ataque” que se pueda producir contra el sector audiovisual luego de conocerse los planes del presidente de Estados Unidos Donald Trump de imponer aranceles del 100% a las películas hechas fuera de su país.

Los dichos de Urtasun fueron realizados tras una reunión del ministro con representantes del cine y el audiovisual de España para analizar el anuncio hecho por Trump.

“El gobierno está preparado para reaccionar y tomar medidas en caso de que sea necesario ante cualquier ataque que se pueda producir a un sector cultural estratégico y está preparado para defender el cine de cualquier ataque de la administración de Trump”, dijo Urtasun en declaraciones reproducidas por la agencia EFE.

Donald Trump sorprendió este domingo con una publicación en su red social Truth Social al afirmar un plan para “salvar Hollywood” que implica un arancel del 100% a las películas “hechas fuera de Estados Unidos”.

Más adelante esta misma semana se fueron conociendo nuevos detalles del anuncio, motivado tras una reunión de Trump con su embajador ante Hollywood, el actor Jon Voight.

El plan presentado por Voight habla de imponer un arancel a las películas y series estadounidenses que, pese a poder ser rodadas en Estados Unidos, opten por hacerlo en el exterior y acceder a un crédito fiscal o un incentivo.

El arancel en estos casos sería del 120% del crédito fiscal obtenido.

Urtasun detalló no obstante que aún “no hay nada encima de la mesa” por parte de la administración Trump y declaró que el mercado de Estados Unidos solo representa 15 estrenos al año para las películas españolas. “No es mucho, pero es importante”, detalló.

La medida sí afectaría más a la industria de servicios de producción en España, que se ha convertido en una de las más importantes del mundo.

“Somos uno de los primeros países del mundo en realizar rodajes y producciones, gracias a las políticas públicas de los últimos años y a los excelentes profesionales audiovisuales, por lo que proteger esa materia es el segundo elemento para estar atento”, destacó.

La reunión con Urtasun contó con representantes de asociaciones de productores como AECINE, PATE, ANCINE, PROA y PROFILM; distribuidoras y agentes de ventas como ADICINE Y FEDICINE; empresas de la industria audiovisual como ALÍA y plataformas de vídeo (AEVOD, Netflix y Spain Film Commission).

Redacción Cveintiuno

08-05-2025

©cveintiuno

Alexandra Lebret: “Together Fund quiere ser la alternativa de financiación de referencia para las productoras audiovisuales independientes”

mayo 7, 2025 · por Admin

Together Fund es un nuevo fondo gestionado por la empresa francesa Axio Capital que apoyará el crecimiento y la internacionalización de pymes del ámbito de la producción, distribución y difusión de contenidos audiovisuales en la UE y la AELC. RUBIK ha conversado con Alexandra Lebret, socia de Axio Capital y exdirectora general del European Producers Club, para conocer más detalles sobre esta prometedora iniciativa. *Por Carlos Aguilar Sambricio*



Con una capitalización inicial de 58 millones de euros, **Together Fund** está diseñado para superar las barreras nacionales de financiación y brindar un apoyo financiero esencial a los productores europeos.

Rubik: Hasta hace poco estabas en el European Producers Club. Supongo que eso ha sido esencial para entender las necesidades de la producción en Europa, ¿verdad?

Alexandra Lebret: Ser directora general del European Producers Club me dio una oportunidad fantástica de estar en el corazón del sector y comprender profundamente las necesidades de los productores.

Era estar situada justo entre los marcos regulatorios y la realidad diaria de la industria. Me permitió comprender los desafíos a los que se enfrentan los productores independientes en sus operaciones diarias y buscar soluciones tanto a nivel práctico como político.

Rubik: Ahora mismo, la financiación es uno de los grandes retos. ¿Qué problemas enfrentan los productores europeos en ese sentido?

A.L.: La financiación siempre ha sido un desafío en la industria cinematográfica. Lo que ha cambiado es la magnitud de la financiación que se requiere hoy en día, no solo para producciones individuales, sino para las empresas que están detrás de ellas.

Muchas compañías productoras siguen estando infracapitalizadas y fragmentadas. Necesitan capital no solo para financiar películas de manera más eficaz, sino también para asegurar derechos de propiedad intelectual valiosos o tomarse el tiempo necesario para desarrollarlos adecuadamente.

La llegada de las plataformas de streaming provocó una ola de consolidación: las empresas tuvieron que estructurarse mejor para adaptarse a los nuevos estándares del mercado, lo cual fue un cambio positivo. El mercado sigue creciendo, incluso tras el final del auge del streaming, y exige empresas productoras cada vez más profesionalizadas.

Rubik: ¿Cuáles son los principales objetivos de Together Fund?

A.L.: El objetivo principal de Together Fund es apoyar a empresas productoras independientes que quieren crecer, ofreciéndoles acceso a capital sin que pierdan su independencia ni el control mayoritario.

Queremos ser la alternativa de financiación de referencia para las empresas independientes.

Nuestro objetivo es ayudarlas a alcanzar el siguiente nivel de desarrollo mediante “*smart money*”—no solo fondos, sino también asesoramiento estratégico sobre tendencias de mercado y herramientas financieras, proporcionado por el equipo altamente experimentado de Together Fund. Queremos que nuestra experiencia beneficie a las compañías en las que invertimos.

Rubik: Es importante superar las barreras de financiación nacionales. Para ello, ¿crees que fomentar las coproducciones europeas es esencial?

A.L.: Absolutamente. La coproducción y cooperación europeas son fundamentales—especialmente ante los últimos acontecimientos en EE.UU., donde el mercado es cada vez más impredecible en cuanto a regulación, precios y tipos de contenido. Ahora es el momento de fortalecer el mercado europeo.

¿Cómo lograrlo tras tantos años de intentos? Creando valor en cada país y mercado. Esa es la función de la coproducción: cuando coproduces, aumentas el valor de tu película en los mercados participantes. Esto ayuda a asegurar financiación y optimizar ingresos.

Tenemos que construir un mercado audiovisual europeo basado en el valor de cada territorio. La coproducción es un modelo, pero otro es la colaboración a través de empresas paneuropeas. Estoy viendo cada vez más alianzas de este tipo, que veo como coproducciones multiplicadas por tres. Para construir este mercado, también necesitamos mayor implicación de las cadenas de televisión en la adquisición de películas europeas. Distribuidores y salas están haciendo su parte; ahora esperamos más de la televisión y las plataformas SVOD locales.

Rubik: El Fondo Europeo de Inversiones (FEI) ha invertido 25 millones de euros en Together Fund. ¿Cómo de importante es este apoyo?

A.L.: El FEI está invirtiendo a través del instrumento MediaInvest, que gestiona. Este apoyo es extremadamente importante. Nuestro sector no es tradicionalmente uno en el que los inversores de capital privado operen. Es un campo complejo que está a menudo rodeado de mitos.

Tener al FEI como nuestro primer inversor ayuda a desmitificar la industria audiovisual y muestra que puede tratarse como cualquier otra. El FEI es conocido por su exhaustiva diligencia debida—¡puedo dar fe de ello!—y su participación brinda confianza a otros inversores.

El verdadero reto está en convencer a los inversores nacionales para que inviertan en un fondo paneuropeo en lugar de uno nacional. Pero ya pasé por ese ejercicio cuando empecé en el EPC hace 23 años. Construir Europa lleva tiempo.

Rubik: Los fondos NextGeneration EU han sido clave en los últimos años. ¿Son iniciativas como Together Fund el camino a seguir una vez que se agoten esos fondos?

A.L.: Sin duda. Nos vemos como los que abren el camino para que otros sigan. Tenemos la responsabilidad de allanar el terreno para futuros fondos. La competencia en este ámbito es una buena señal—significa que el sector está sano y es rentable.

Rubik: ¿Cómo va a funcionar Together Fund? ¿Qué tipo de proyectos y empresas serán apoyadas? ¿Solo productoras? ¿Cuál es el proceso para aplicar? ¿Retendrán los productores sus derechos?

«No invertimos en proyectos, sino en empresas. Buscamos compañías que ya hayan comenzado a crecer y estén listas para escalar»

A.L.: Together Fund no invierte en proyectos—invertimos en empresas, lo cual es una distinción clave.

Buscamos empresas que ya hayan comenzado a crecer y estén listas para escalar. Su actividad principal debe ser la producción, aunque también pueden operar en otras partes de la cadena de valor.

Cuando invertimos, tomamos una participación minoritaria en la empresa. Es crucial que los productores mantengan el control de sus decisiones—;eso lo he aprendido a lo largo de los años! Nuestro capital está diseñado para ayudarles a conservar la propiedad de su IP, que es el motor de valor futuro y crecimiento de su empresa.

En solo dos semanas ya hemos recibido muchas solicitudes. La mejor manera de postular es enviarnos un *pitch deck* así como, idealmente, un plan de negocios.

Rubik: ¿Cuáles son sus planes para los próximos años y cuál es el monto máximo que una empresa puede recibir?

A.L.: Una empresa puede recibir entre 2 y 10 millones de euros, dependiendo de su perfil financiero y proyecciones de crecimiento. Together Fund tiene un horizonte de 10 años. Idealmente, avanzaremos rápidamente hacia el lanzamiento de un segundo fondo después de este.

Rubik: El fondo es gestionado por Axio Capital. ¿Qué aporta la empresa a esta iniciativa?

A.L.: Axio es una firma francesa de capital privado que opera en múltiples sectores, con especialización en pequeñas y medianas empresas—donde el empresario es el eje central. Ese es exactamente el caso de las productoras: los productores son emprendedores como cualquier otro.

Aporta una sólida experiencia, un equipo competente y una excelente reputación en la selección de empresas a las que apoyar. Together Fund representa una nueva línea dentro de su estrategia para expandirse a nuevos mercados.

«En ‘Parenostre’, la producción virtual ha permitido hacer la película que Manuel Huerga tenía en la cabeza»

Por Redacción AV451 - 6 mayo, 2025

✓ Isaac Bergadà, responsable del área de producción virtual del Grupo Mediapro

La producción virtual es ya una herramienta más que establecida en la industria audiovisual nacional e internacional. Su concurso se ha expandido de manera exponencial y ya no es únicamente un ingrediente exclusivo de las producciones más ambiciosas y cargadas de VFX, ni siquiera es patrimonio de unas escasas escenas concretas.

Tanto es así que hace solo unos días, se presentó un nuevo plató LED para la producción virtual en la localidad madrileña de Boadilla de Monte: Madrid LED Studio. Y otra prueba de la imparable expansión de la producción virtual en España es su utilización en una película como ‘Parenostre’, dirigida por Manuel Huerga sobre la caída de la saga Pujol, que sus productores califican como la primera producción realizada al cien por cien con esta tecnología en Europa.



‘Parenostre’ se rodó durante cuatro semanas en el plató de producción virtual que el Grupo Mediapro tiene en su centro de producción de Barcelona, equipado para combinar tanto la tecnología croma más tradicional y los muros LED.

El área de Producción Virtual de Mediapro, junto con el equipo de dirección de arte de Nueveojos dirigido por Mariona Omedes, desarrolló para ‘Parenostre’ un total de 41 escenarios con técnicas como IA, Unreal Engine, fotogrametías y plates 360º. Los escenarios 3D fueron procesados y proyectados en LED en tiempo real y esto permitió que el equipo técnico y el de dirección de la película pudiera hacer cambios de última hora durante el rodaje.

Protagonizada por Josep M. Pou (Jordi Pujol) y Carme Sansa (Marta Ferrusola), ‘Parenostre’ cuenta cómo el expresidente de la Generalitat de Cataluña Jordi Pujol y toda su familia gestionan la situación cuando salta la noticia sobre el dinero no declarado en cuentas bancarias andorranas. Pere Arquillué, David Selvas, Sílvia Abril, Lluís Soler, Alberto San Juan y Antonio Dechent, completan el reparto principal del filme que estrenó Filmax el pasado 16 de abril en los cines españoles y hasta el 27 de abril había recaudado menos de 160.000 euros, con unos 22.000 espectadores registrados en poco más de 10 días.

Con guion de Toni Soler, ‘Parenostre’ está producida por Last Minute (AIE), Minoria Absoluta y Lastor Media. Con un presupuesto de 2,7 millones de euros, la película recibió cerca de un millón de euros en el **segundo procedimiento de ayudas generales del ICAA del año 2024**.



Mario Montero ha estado al cargo de la dirección de fotografía, una de las claves en el acabado del filme, junto al director Manuel Huerga y al responsable del área de producción virtual del grupo Mediapro, Isaac Bergadà. Este último ha contestado a las preguntas de Audiovisual451 sobre el auge de esta tecnología.

Audiovisual451: ¿Cómo va la expansión de la producción virtual en Mediapro?

Isaac Bergadà: “Estamos a tope con la producción virtual, haciendo muchísimas cosas, hay varios platos ya en Barcelona, Nueva York, Lisboa, Miami... y estamos preparando producciones en otras zonas de Centroamérica, pero que todavía no se pueden anunciar”.

A451: Muchas veces se asocia esta tecnología con producciones más espectaculares, con muchos efectos y no tanto con historias intimistas como puede ser 'Parenostre' ¿por qué se utilizó producción virtual de manera integral en la película de Manuel Huerga?

I.B: En 'Parenostre' realmente se encontraron varios ingredientes en el momento adecuado. Un ingrediente fundamental es el director Manuel Huerga, que es ampliamente conocido por arriesgar tecnológicamente. Cuando conoció esta tecnología de producción virtual, dijo estar dispuesto a adaptar la historia, su narrativa y lo que tuviese que adaptar para poder usarla. Esto fue un gran avance para poder producir con producción virtual el cien por cien de esta película. Otro ingrediente fundamental fue el atrevimiento de los productores, porque nuestro consejo en un primer momento fue aconsejarles que la manera más óptima era hacer solo el 40 por ciento de la película con producción virtual y el 60 por ciento restante de manera tradicional, pero ellos dijeron que no, que querían apostar por hacer la primera película en Europa cien por cien en producción virtual".

A451: ¿Y cómo se toma esa decisión desde el punto de vista creativo y de producción?

I.B: "Todo parte de una visita al plató con los productores y Manuel Huerga, que estaban valorando diferentes platós para ver posibles soluciones. Antes de enseñarles las pantallas y la tecnología, Manuel Huerga nos comenta que tiene un problema, que quiere narrar una película que pasa dentro de la cabeza del protagonista... como si todo fueran recuerdos. No quería imitadores de personajes, sino que los actores los hicieran suyos y creciesen dentro del recuerdo que le queda al protagonista, en este caso Jordi Pujol. Por su parte, el productor de Minoría Absoluta, David Felani, también me cuenta que ellos tienen otro problema, que Manuel Huerga quiere rodar en más de 40 localizaciones y el presupuesto no da para rodar en ese número elevado de localizaciones".

A451: ¿Y cuál fue vuestra respuesta?

I.B: «Entonces pusimos en marcha el workshop que habitualmente hacemos en el plató, donde teníamos imágenes de una ermita en una montaña y empezamos a jugar con Manuel Huerga, moviendo la cámara y poniendo una piedra delante y después detrás... Manuel se sentó y dijo: espera, que me va a explotar la cabeza, porque esto hace posible lo que tengo pensado hacer y nos explicó su idea creativa".

A451: ¿En qué consistía esa idea básicamente?

I.B: "Por ejemplo, él quería que en algunas escenas se desvaneciera una pared y pasáramos a otro espacio completamente diferente, por ejemplo, una transición en la que pasas del dormitorio o de una iglesia, al despacho de Jordi Pujol en Banca Catalana y esas transiciones no sabía cómo hacerlas realmente como él quería. Evidentemente, todo el mundo sabe que se pueden hacer en VFX, pero si no tienes presupuesto y no sabes bien cómo visualizarlo, es complicado. Porque además, Manuel quería llevarlo a cabo de una manera que no fuera del todo hiperrealista, que

hubiera siempre algún punto que no fuera del todo creíble, que se jugase un poco como en una obra de teatro, que se viera un poco el forillo del teatro. Y con esa idea se tenía que jugar muy bien para que no quedase demasiado cutre”.



A451: Entiendo entonces que el mayor peso se pone en la preproducción ¿no esa así?

I.B: “Cuando hacemos el workshop la diapositiva en la que invertimos más tiempo es en el cambio del workflow, del flujo de trabajo, porque efectivamente sobre todo ponemos protagonismo en la fase de preproducción, sí. En producción virtual, en el rodaje tienes que tener todo ese contenido que vas a utilizar en las pantallas ya generado, más terminado o menos terminado, pero ya muy pensado, con lo cual la fase de preproducción la tienes que hacer crecer mucho, porque es la fase donde vas a generar todos esos entornos. Incluso tienes que empezar a involucrar, por ejemplo, al director de fotografía o al de arte. En este caso, el director de fotografía, Mario Montero, se involucró para iluminar todos los entornos virtuales una vez ya estaban diseñados. Además, Manuel Huerga montó previamente la película con unos pequeños *animatics* de muy poca calidad. Es decir, antes de empezar a rodar tenía la película montada. En definitiva, siempre se trata de buscar la manera de optimizar todos los procesos”.

A451: Parece una metodología más cercana al cine de animación que al de imagen real...

I.B: “Eso es, el proceso es parecido al de una película de animación que se monta al principio. Evidentemente, para cosas como los cámara cars, ruedas primero fuera en la calles los fondos y los llevas después a plató y ya los tienes para repetir la toma tantas veces como necesites. En ‘Parenostre’, si te fijas en el comedor de la casa de los

Pujol, excepto la mesa y los cubiertos que tocan los actores, además del televisor y el sofá, todo el resto es virtual, modelado 3D, con lo cual, se acerca a una película de animación, sí... las paredes son 3D, la ventana también 3D, el sol que entra por la ventana es 3D y empiezas por el mismo proceso como en animación. Intervienen la diseñadora de arte, también operadores de Unreal, de Maya que realizan los volúmenes y se va añadiendo la decoración. Cuando ya está todo perfecto, entra el director de fotografía para iluminar, después se llevan todas esas imágenes a plató y se rueda. En este caso, la parte del comedor se rodó en croma, una vez rodado en croma, como tenemos el sistema que llamamos de Simulcam, grabamos todas las capas por separado, incluso el movimiento de cámara también queda grabado, por lo que después en postproducción, todavía el equipo de arte pudo cambiar cosas”.



A41: ¿Es realmente ‘Parenostre’ la primera película europea rodada así en su totalidad?

I.B: “Es la primera película rodada cien por cien con producción virtual en Europa. Hay algunas paredes y estructuras que se construyeron como decorado dentro del plató, porque si tienes una puerta por la que el actor tiene que entrar y salir, es mejor que esa puerta o esa pared sea real, pero cuando abre la puerta siempre hay un foro, o de croma o de LED, y en el pasillo, el fondo de atrás es también de croma o de LED”.

A451: ¿Y cómo influye toda la tecnología en la interpretación de los actores?

I.B: “Llegamos a rodaje con al menos una versión de todos los fondos, sobre verde no rodaron nada los actores. Tanto ellos como todo el equipo de dirección, el operador de cámara, el foquista... todo el mundo veía el plano a tiempo real ya compuesto, como si fuera el mismo espacio. En este caso, como particularidad en la

dirección, quisieron que los actores no vieran monitores, para que no se distrajeran buscando cómo estaba quedando, sino que se concentraran simplemente en la acción y la narrativa que estaban realizando en ese momento. Lo bueno de producción virtual es que estás viendo de manera inmersiva el lugar donde te estás situando en todo momento”.

A451: ¿Cuántas cámaras se utilizaban?

I.B: “Se puede rodar con tantas cámaras como quieras, pero Mario Montero, el director de fotografía, y Manuel Huerga dijeron que iba a ser un rodaje a una cámara y que los actores debían llevar el peso de aguantar el raccord de posición. Fue un trabajo muy exhaustivo de dirección de actores”.

“Tenemos muy claro que la tecnología no puede ser un obstáculo para la narrativa. Si el proyecto, por A, por B o por C, le va bien utilizar esta tecnología, la tecnología tiene que ser transparente para que los artistas trabajen con completa libertad. Tenemos herramientas para ayudarles, pero si el director nos dice que hay que quitar los monitores a los actores, pues lo hacemos. Lo que procuramos es que sea lo más natural posible la transición. Por eso es tan importante la figura del supervisor de producción virtual, que desde la preproducción va explicando a cada miembro técnico o artístico con qué se va a encontrar. Hay hacer un poco de pedagogía previa, por eso hacemos workshops incluso para competidores, mostramos nuestras herramientas y cómo las utilizamos”.

A451: ¿Y se entiende bien la integración de esta nueva figura?

I.B: “Es necesario que toda la industria de la ficción cuando va a usar producción virtual, entienda que un supervisor de producción virtual se debe sumar al equipo desde el principio, durante las primeras lecturas técnicas de guion, porque ahí se realizan los análisis de lo que se puede hacer en producción virtual, valorar si es más caro o más barato, si va a quedar mejor o va a quedar peor... También las herramientas que se pueden usar, porque no todo se puede rodar en croma o no todo se puede rodar en LED. Si lo que buscas siempre es optimizar el presupuesto que tienes, optimizar los días de rodaje, pues realmente este análisis es muy útil y nosotros siempre nos comprometemos a hacerlo desde un principio”.

“En resumen, el papel de supervisión de producción virtual, como asesoramiento y acompañamiento, es clave para el éxito de cualquier proyecto de producción virtual. Cuando a veces nos vienen las agencias publicitarias o un service y nos preguntan por el precio de una jornada de plató siempre les digo que no les puedo dar precio hasta que no me cuenten lo que quieren hacer. Si vas a hacer algo que no va a quedar bien, mejor no perder el tiempo, ahí está un poco la clave. Los productores deben entender que la producción virtual empieza en la preproducción y, de hecho, en proyectos grandes, nosotros lo que hemos hecho es crear una fase anterior a la preproducción, lo que llamamos Soft-preproducción, que es en el momento en el que se ven los números y se analiza el guion y los calendarios para que todo se lleve a buen término”.

A451: ¿Cómo trabajó el supervisor de producción virtual en ‘Parenostre’?

I.B: “Para explicarlo mejor, en el caso de ‘Parenostre’, durante los dos meses de generación de los más de 40 entornos que se generaron, se celebraron reuniones de manera continuada con todos los equipos técnicos, todos, desde el primer gaffer hasta el de catering o la meritoria de vestuario, todo el mundo tenía que entender lo que íbamos a hacer. Luego estuvimos tres semanas haciendo technical scouting dentro del plató, con las pantallas, con el croma, con un escenario, con otro escenario... para que todo el mundo entendiera bien cómo moverse, cómo ubicarse, qué va a pasar, qué no va a pasar, cómo hacer un cambio de luces, cómo afecta un cambio de luces a las pantallas LED e incluso provocando errores, para que luego en producción todo el mundo ya supiera que esos errores no debían ocurrir”.

A451: ¿Cuánto duró el rodaje?

I.B: “Se rodó durante cuatro semanas, de seis de la mañana a seis de la tarde. Cada día a las seis de la tarde se paraba y todo el mundo podía conciliar, otra ventaja de la producción virtual. Todo el equipo técnico y artístico descubrió que se podía ir a dormir a casa pronto, algo que se agradece mucho porque normalmente los rodajes son muy machacones”.

A451: ¿Qué otras ventajas ofreció la tecnología la equipo?

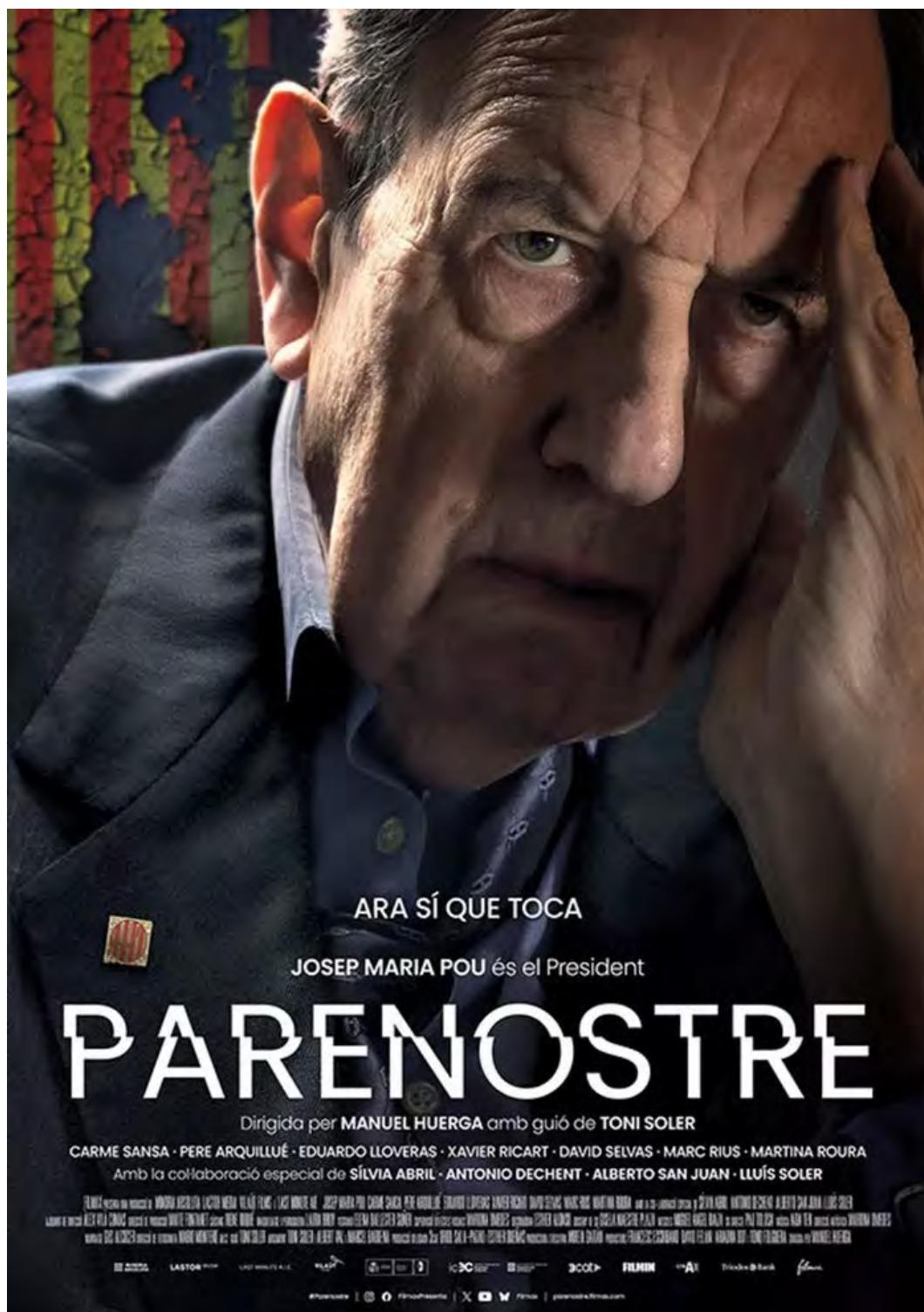
I.B: “En el caso de ‘Parenostre’, la producción virtual ha permitido hacer la película que Manuel Huerga tenía en la cabeza. Sin producción virtual hubiera sido imposible hacer ese ‘Parenostre’. Además, ofrece otras ventajas, no solo una mejor conciliación familiar, por ejemplo, se trata de rodajes más sostenibles, con menos emisiones de CO2. Se habla de una reducción de alrededor del 80 por ciento. Son muchos los argumentos. Tenemos que seguir haciendo pedagogía para que productores y creadores pierdan el miedo a la tecnología. Hasta que no lo prueban no se dan cuenta de los beneficios. Nosotros en esa fase de Soft-preproducción, en ocasiones hacemos el primer análisis de guion sin coste, porque es una herramienta para seguir evangelizando”.

A451: ¿Y cómo afecta a los costes de producción? ¿Es más caro?

I.B: “No podemos generalizar, no podemos decir que siempre compensa rodar en producción virtual. El trabajo nuestro de asesoramiento en la fase inicial tiene que analizar eso. A veces nos ha pasado que nos ha llegado un guión, lo hemos leído y hemos dicho: no, esto no compensa hacerlo en producción virtual, ruédalos de manera tradicional”.

“Ahora hemos cerrado una serie que se ha rodado en dos tandas, después de la primera tanda se grabaron todos los planos de cámara cars y después de la segunda tanda se rodaron todos los cámara cars en el plató de producción virtual, con lo cual, en dos días de rodaje se han rodado todos los diálogos que pasan dentro de varios vehículos durante toda la serie. Esto optimiza evidentemente los costes de todos los

cámara cars, pero es que además narrativamente el último día de rodaje, como ya tenían pre-montada la serie, pues decidieron rodar alguna escena más para narrativamente unir cosas que les habían quedado separadas. Yo creo que la palabra lógica en producción virtual es la de optimización, no es que vaya a salir más barato, no es que vaya a haber menos emisiones de CO2, no es que sea más operativo, sino que al final lo que tienes es más control sobre dónde vas a gastar el dinero. En el caso de 'Parenostre', tenían un determinado presupuesto y nosotros lo que les dijimos es que con ese presupuesto lo íbamos a hacer posible".



A451: ¿Cuáles son las producciones más habituales?

IB: "En nuestro caso, en producción virtual en lo que por ahora menos hemos avanzado es en eventos en directo, aunque tenemos varias cosas encima de la mesa. Lo que sí hacemos es muchos programas de televisión con producción virtual. Por ejemplo se acaba de estrenar en Televisión Española 'The Floor', pero hay muchos más como '59 segundos' y multitud de programas deportivos para ESPN, Fox... Pero si te refieres a ficción hemos participado también en muchas producciones. Por ejemplo, en la serie 'Por H o por B'. En ella, todos los diálogos en cámara cars están rodados en producción virtual con LEDs. Y hay otras cuatro producciones más que se estrenarán en 2025, pero de las que no podemos hablar".

A451: Me has contado como afecta la producción virtual a la preproducción y al rodaje, pero ¿y a la postproducción?

I.B: "En postproducción podemos separar dos caminos. Cuando rodamos en LED, le afecta poco. Lo que ruedas en LED es como si lo rodases en entornos naturales, solo falta hacer la corrección de color y ya lo puedes sacar para emisión. En cambio, cuando ruedas en croma, siempre que sea publicidad y ficción, nosotros entregamos una única capa con todo compuesto, pero tenemos grabadas también con el mismo código de tiempo sincrónico todas las capas por separado. En estos casos, siempre pedimos que se pase por una sala de composición para eliminar los restos que pueda quedar del croma. Las incrustaciones de croma a tiempo real, por muy buenas que sean, solo las validamos en calidad broadcast para salir por televisión. Si se requiere una calidad mejor siempre pedimos que haya algo de posproducción, más que nada para limpiar restos del croma".

A451: ¿Se vislumbra un futuro solo con producción virtual en LED y desecharlo por completo el croma?

I.B: "Sería lo ideal realizar toda la producción virtual solo con LED, aunque es una tecnología que ha avanzado mucho, pero todavía no está del todo preparada para ser la única. Ahora mismo contamos con paredes LED, pero no tenemos suelos de LED. A ver, sí hay LEDs de suelo, pero dan una calidad que todavía no es suficiente para la ficción. Además, una pared de LED, es una pared de luces de fondo que te está incidiendo directamente y si tú quieras atravesar esa pared, visualmente hay directores de fotografía que no les gusta la profundidad que da y prefieren ir al croma, porque el croma lo puedes poner en el suelo y la pared, entonces el personaje sí que está completamente inmerso dentro del escenario virtual y la cámara atraviesa por el lado que quieras. Ahora el LED es como una ventana al mundo virtual y el croma es estar dentro de ese mundo virtual. Estoy seguro que en breve podremos trabajar en LED como si estuviéramos trabajando en croma".

A451: ¿Qué tecnología concreta utilizáis en la configuración actual?

I.B: "En lo que se refiere a producción virtual, en la parte de croma contamos con nuestro propio software nativo dentro de Unreal Vanilla, se llama VP Template, que nos facilita toda la información para luego ir a postproducción, ahorrando muchos

tiempos, por ejemplo, de cámara tracking. El sistema de tracking que usamos es un sistema que puedes retirar del set para que el equipo de arte monte todos sus muebles o para que el iluminador ponga sus palios. Podemos retirar el sistema para que trabajen y en pocos minutos, de nuevo estamos otra vez operativos. No es un sistema de tracking de cámara de infrarrojos que busca los adhesivos de paredes y techos, sino que va con sensores de infrarrojos, lo que facilita la movilidad y la operatividad. El sistema de tracking es válido tanto para LED como para croma. Ahora contamos en el el plató de 210 metros cuadrados de pantallas LED, aunque en 'Parenostre' todavía no teníamos el setup definitivo, pero usamos 110 metros cuadrados de LED, configurados de manera diferente dependiendo del rodaje.



A451: ¿Cuáles eran esas configuraciones usadas en 'Parenostre'?

I.B: «Usamos tres configuraciones diferentes, para cámara car, la pared de fondo más estrecha y más grandes los tótems laterales que movíamos con ruedas y también más grande el panel LED del techo. Después, para unas escenas donde había más recorrido, era una pantalla mucho más alargada. Y luego había una configuración más pequeña porque eran los últimos días de rodaje, simplemente para hacer forillos en pequeñas ventanas y pequeños forillos de puertas que se abrían y cerraban. Creo que el punto fuerte del rodaje de esta película es que la tecnología fue muy flexible en todo momento. Incluso hubo días en los que se iba a rodar una escena en el LED y al director de fotografía se le ocurría otro movimiento de cámara y el LED no estaba preparado para ese movimiento de cámara, pues cambiábamos y lo hacíamos en croma. En el setup que tenemos en Mediapro es muy fácil saltar de uno a otro, intentamos siempre que no haya limitaciones para la parte creativa. Si el equipo creativo quiere hacer algo, tenemos que hacer lo posible para hacerlo».

A451: Ya tenéis varias instalaciones de producción virtual por todo el mundo ¿vais a seguir con esta expansión, por ejemplo, en Madrid?

I.G: “Sí, queremos seguir ampliando esta tecnología por otras instalaciones del Grupo. Cuando hay un pequeño hub de producciones de manera asidua, tanto de publicidad como de ficción, en cada uno de esos hubs, tarde o temprano, va a haber alguna instalación de producción virtual. Incluso tenemos preparado entre 150 y 200 metros cuadrados de pantalla LED que podemos montar en el estudio que haga falta, si existe esa necesidad. Si tenemos que rodar algo, por ejemplo en Zaragoza o del País Vasco, podemos ir con todo el sistema, desplazarlo allí y montarlo en una nave o en un plató. Lo que es más interesante es no cerrarte en un solo modelo, sino abrir y ser flexible a lo que vaya vieniendo. Esta es una tecnología nueva, nosotros llevamos cinco años con ella, pero tienes que estar abierto a innovaciones que te ayudan a acelerar los procesos y no puedes quedarte atrás”.



‘Parenostre’

30 títulos se reparten los más de 10 millones de euros de la primera mesa de valoración de cine de RTVE en 2025

Por Redacción AV451 - 8 mayo, 2025

Televisión Española ha resuelto esta semana la **primera mesa de valoración de cine del año 2025**, de las dos previstas. Audiovisual451 publica el nuevo listado de películas adquiridas por RTVE, que incluye un total de 30 títulos, la misma cifra que en la última mesa de 2024, resuelta en septiembre pasado.

Los 30 títulos seleccionados ahora por Televisión Española se reparten 10.480.000 euros. El mayor importe es para 'Ana No', una producción de Kirkiñausi AIE, Baleuko, Blacklightfilms y Aralan Films, dirigida por Paz Vega, que recibe 700.000 euros.



'Chica y lobo' ('Girl and Wolf').

También destacan 'Laponia', producción de The Mediapro Studio, dirigida por David Serrano y 'Castigo Divino', producida por Boomerang TV, con dirección de Ana Vázquez, que se llevan sendos importes de 600.000 euros.

En esta ocasión han varias películas de animación en el listado, como 'Chica y Lobo', 'La Pirata Mo y el Rubí Perdido' y 'El Violinista'.

El año pasado, la televisión pública adquirió finalmente un total de 62 títulos en las dos mesas celebradas, 13 largometrajes menos que en 2023 y 18 menos que en 2022. En la primera mesa de cine de 2024, RTVE apoyó a 32 títulos y 30 en la segunda.

Las películas adquiridas por RTVE en la primera mesa de valoración de cine de 2025:

'Uapiro', producida por El Ojo Mecanico, dirigida por Oscar Martín (300.000 €).

'Selectivitat', producida por Beniwood Producciones y El Estudio Filmmakers, dirigida por Alberto Evangelio (200.000 €)

'Oh Nora', producida por Ikeru Films y Funicular Films, dirigida por Aina Clotet (350.000 €)

'Laponia', producida por The Mediapro Studio, dirigida por David Serrano (600.000 €)

'Me has robado el corazón', producida por Ficcion Producciones, dirigida por Chus Gutiérrez (450.000 €)

'Piel de Foca', producida por Lastor Media, dirigida por Irene Moray (300.000 €)

'El Fondo del Lago', producida por Suspense Entertainment, dirigida por Isaki Lacuesta (450.000 €)

'Dos Días', producida por Peliculas Pendleton, dirigida por Luis Gonzaga Manso (400.000 €)

'Capri', producida por El Terrat Gestiones XXI, dirigida por Berto Romero (500.000 €)

'Beatriz, La Mujer', producida por Andergraun Films, dirigida por Lav Diaz (100.000 €)

'Si te contara', producida por 221 Studio Baker, dirigida por Alfonso Albacete (400.000 €)

'Claros de Bosque', producida por La Maleta Films, dirigida por Alejandro G. Salgado (80.000 €)

'Chica y Lobo', producida por Hampa Studio y Sygnatia, dirigida por Roc S`Pinet (200.000 €)

'Antes de Nos', producida por Retrincos A.I.E, Zenit Television, Nadir Television, dirigida por Angeles Huerta (100.000 €)

'La Monstrua y el Rey', producida por Las Sabandijas A.I.E. y Filmax, dirigida por Lluis Donés (450.000 €)

‘La Pirata Mo y el Rubí Perdido’, producida por Isla Molona, A.I.E, Arxlight y Lightbox Animation Studios, dirigida por Florian Westermann (400.000 €)

‘Encadenados’, producida por Report Line Produccion Audiovisual, dirigida por Lucas Fernandez (300.000 €)

‘Hielo’, producida por Oberon Media, dirigida por Lydia Zimmerman (300.000 €)

‘Rafaela’, producida por 11 Varas Producciones, dirigida por Alba Lozano (500.000 €)

‘Cuerpos Locos’, producida por Cuerpos Locos AIE y Blogmedia, dirigida por Ana Murugaren (400.000 €)

‘Menudas Vacaciones’, producida por Set Magic Audiovisual, dirigida por Paz Jiménez (200.000 €)

‘Castigo Divino’, producida por Boomerang TV, dirigida por Ana Vázquez (600.000 €)

‘El Violinista’, producida por por TV On, dirigida por Raúl García y Ervin Van Yan (250.000 €)

‘Tre Ciotope (Tres Cuencos)’, producida por Buena Pinta Media, Bteam Prods, dirigida por Isabel Coixet (200.000 €)

‘Ana No’, producido por Kirkiñausi AIE, Baleuko, Blacklightfilms y Aralan Films, dirigida por Paz Vega (700.000 €)

‘Bypass’, producida por No Solo Films AIE y Turanga Films, dirigida por Lucia Casañ (200.000 €)

‘Fe’ , producida por Maboka Producciones, dirigida por Santiago López Jover (400.000 €)

‘Gloria y Olvido’, producida por Villamiseria AIE, Tandem Films, dirigida por Paula Cons (350.000 €)

‘Escape Room 2‘, producida por Nakatomi Films y Arriska, dirigida por Héctor Claramunt (400.000 €)

‘El Mundo es Nuestro 2‘, producida por Mundoficcion Producciones, dirigida por Alfonso Sánchez (400.000 €)

TELEVISIÓN

Clamor interno en RTVE por 'La familia de la tele': "¿Servicio público...? Ja"

El estreno del llamado Sálvame 2.0 colma la paciencia en la televisión pública, con una parte de la plantilla en armas. CCOO y el sindicato USO cuestionan el rigor y la idoneidad del programa y critican el enorme gasto público



Parte del equipo de 'La familia de la tele'. (TVE)

Por **Ignacio S. Calleja** 09/05/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO Artículo solo para suscriptores

El estreno de *La familia de la tele* ha provocado un terremoto interno en RTVE. El rechazo de una parte del Consejo de Administración y de distintos partidos políticos, con críticas al "modelo Berlusconi" desde hace meses, es compartido ampliamente por los trabajadores. La indignación es notable y un sector importante de la plantilla no lo esconde de puertas hacia fuera. CCOO en Cataluña y el sindicato USO (Unión Sindical Obrera) han emitido ya dos comunicados donde exponen abiertamente su rechazo al nuevo programa y a la gestión de José Pablo López.

En la televisión pública cada vez hay más voces que piensan que se han rebasado todas las líneas con ciertas producciones. Tanto en el fondo como en las formas, con un gasto muy elevado para las arcas de la entidad que ni siquiera tiene un impacto directo en las audiencias. La reflexión es unánime en prácticamente todos los niveles. "¿Servicio público...? Ja. Es una broma de mal gusto", lamenta una fuente de RTVE.

La familia de la tele, de los productores del polémico *Sálvame*, es la gota que ha colmado el vaso. Los sindicatos se han levantado en armas y el estreno del programa de María Patiño, Inés Hernand o Belén Esteban ha desatado una crisis interna, sobre todo porque López no cuenta con los medios de la casa. USO hizo una enmienda a la totalidad de la producción, definida como "La familia Monster de la tele", y su puesta en escena. "Una mezcla de espectáculo sin rumbo, fallos técnicos importantes (sonido, imagen, coordinación logística...) y la sensación generalizada de que RTVE está perdiendo el norte", dijo en un escrito publicado el martes.

La organización cuestiona las audiencias, lejos de las expectativas y hundidas a un 6% de share, denuncia el impacto en las arcas públicas y lamenta la imagen de la Corporación en redes sociales y medios de comunicación. "RTVE tiene una responsabilidad clara con la ciudadanía. No estamos aquí para imitar a las cadenas privadas ni para competir con entretenimiento vacío. Invertir recursos públicos en este tipo de productos, mientras se recortan o infrautilizan otros espacios informativos y culturales, es sencillamente inaceptable", subrayó USO en el comunicado, que reiteró que la televisión pública no es el lugar para este tipo de contenidos. "RTVE necesita propuestas frescas, sí. Pero también necesita rigor, calidad, y una dirección que sepa dónde está y hacia dónde quiere ir", añadió.

No es una crítica aislada. La sección sindical de CCOO en Cataluña hizo lo propio el mismo día y emitió un comunicado interno bajo el título "Negros momentos para TVE en Cataluña", denunciando la precariedad del personal del colectivo de vídeo. "No hay dinero para la plantilla, pero sí para dárselo a la productora de Buenafuente, que no ha permitido que trabajadores/as de TVE en Sant Cugat participen en la realización de su programa", advirtió la entidad, que también informó de que durante el próximo semestre se van a reducir los complementos salariales de este grupo.

CCOO, que ya denunció injerencias de la dirección en el concurso para director de Teledeporte, pone el foco en Andreu Buenafuente y en el coste millonario de programas de entretenimiento, donde el conocido como *Sálvame 2.0* tiene un papel fundamental. "El Presidente [José Pablo López] ha tragado con todas las imposiciones de la productora de Buenafuente. La radiotelevisión pública está en manos de alguien que no cree en lo público, que piensa que solo importa la audiencia, que está imponiendo el entretenimiento por encima de la misión de informar y educar", insistió el sindicato, tras parafrasear a Chelo García Cortés, colaboradora de *La familia de la tele*, para exponer cuál es, a su juicio, la idea de López: "Nos fuimos, bueno... Nos echaron. Aquí estamos en la casa grande, en televisión española. Viva Televisión Española".

La desconexión con José Pablo López es total y entre la plantilla crece el desánimo y la seguridad de que el servicio público ni está, ni se le espera. "No compartimos su manera de entender la Corporación RTVE y denunciaremos y mostraremos nuestro total rechazo a esta ideología, más propia de la empresa privada que de la pública", concluyó CCOO.

La realidad es que ninguna de estas críticas es desconocida para nadie. Fuentes internas de RTVE explican que el peligro de "telecinquear" se expuso hace mucho tiempo en la dirección, pero al mismo tiempo explican que fue en vano. La "obsesión" de José Pablo López es la audiencia y competir de tú a tú con el resto de televisiones.

En la comisión mixta de control a la Corporación en el Congreso y el Senado también se ha planteado por activa y por pasiva, con advertencias de prácticamente todos los grupos políticos, de izquierda a derecha, con la única excepción del PSOE. Francisco Sierra, diputado de Sumar, subrayó en la Cámara Baja que la televisión pública está para otra cosa y alertó de los peligros de abrazar el "modelo Berlusconi": "Zafio, banal, inconsistente". López, sin embargo, trata de imponer el relato de que todos y cada uno de los nuevos programas cumplirán con los estándares de rigor y calidad exigidos. "Se trabaja en un tipo de programa y escaleta de contenidos que creo que va a ser del agrado de todos", declaró en sede parlamentaria.



Federico Arnás, Sixto Naranjo y Luis Miguel Encabo, en Las Ventas // IGNACIO GIL

San Isidro: la histórica apuesta de Telemadrid

► La cadena autonómica retransmite por primera vez la feria al completo: «Es un hito; la Fiesta llegará a todas las casas»

ROSARIO PÉREZ
 MADRID

Telemadrid se pone San Isidro por montera y, en un hecho sin precedentes, televisará la feria de las esencias taurinas al completo. El canal autonómico tejerá un puente entre el ruedo de Las Ventas y los hogares de miles de aficionados, que podrán seguir cada tarde, cada acontecimiento, a través de sus cámaras y en su emisión digital, a nivel nacional e internacional. «Es un hito histórico. San Isidro es la cita taurina más importante del mundo y llevarla a todos los hogares en abierto refleja el compromiso de la Comunidad de Madrid con la cultura y la afición», señala Sixto Naranjo, que capitanea las retransmisiones acompañado de Federico Arnás, Luis Miguel Encabo y David Jaramillo.

Bajo la batuta de Naranjo, Telemadrid no solo retransmite: celebra, ensalza y perpetúa la esencia de una cultura que es patrimonio vivo de Madrid y de España. Por eso, el periodista madrileño, también en las ondas de Cope, lamenta el desprecio de RTVE a la tauromaquia: «Debe tratarse como cualquier otro espectáculo cultural, pues cultura es. La creciente asistencia a los festejos, especialmente de jóvenes, y el inte-

rés por conocer la Fiesta, más allá de prejuicios, justifican de sobre su regreso a la televisión pública nacional». Como en la cadena pública sí hay espacio y dinero para 'La familia de...', pero no para la familia isidril, Telemadrid se ata los machos y da un firme paso al frente.

Nuevas audiencias

También toma el relevo al actual canal privado, Onetoro, que este año no ha llegado a un acuerdo con la empresa de Las Ventas. Por eso, la importancia de Telemadrid se acrecenta aún más: «Nuestro objetivo, más allá de satisfacer a los aficionados, es llevar San Isidro a un público amplio, captando nuevas audiencias. Queremos que cualquiera que encienda la televisión en mayo o junio descubra la emoción del toreo y se sienta parte de esta tradición cultural». Habla del impacto, con audiencias extraordinarias: «En los últimos dos años hemos visto una respuesta tremenda. La gente de la calle nos cuenta que ha visto los toros por Telemadrid, que les hacen compañía. Esto demuestra que las autonómicas, al dar visibilidad a la Fiesta, están normalizando su presencia y atraiendo espectadores, algo fundamental tras la ausencia de cobertura en medios televisi-

vos nacionales». Le preocupa, además, el 'apagón' del canal temático: «El toreo lo necesita, al igual que otros sectores. Creo que se ha errado al querer imitar el modelo del fútbol, priorizando plataformas de pago para grandes eventos. Los festejos principales debían estar en abierto para mantener la conexión con el público general y dejar contenidos más especializados para plataformas».

En cuanto a la preparación para ponerse al frente de los micrófonos durante un mes seguido, subraya que «tiene el privilegio de contar con un equipo excelente». «Además de narrar lo que ocurre en el ruedo -añade-, buscamos reflejar la faceta social y económica de la Fiesta de los toros. Es un reto transmitir no solo la lidia, sino el ambiente de los tendidos y subrayar su impacto en la región. Queremos que el espectador viva lo que sucede en la plaza desde su casa».

¿Se pasa miedo al frente de una retransmisión taurina? «Miedo no, pero un respeto enorme, sí. Sabemos que muchas miradas están puestas en nosotros, tanto para bien como para mal. La responsabilidad es no defraudar a quienes no pueden estar en Las Ventas y trasladarles lo que sucede. Hay que mantener el rigor, ser objetivo y priorizar la información contrastada, especialmente en momentos duros, como un percance. La clave es informar con calma y datos fiables, sin perder la esencia de la emoción, pues este espectáculo es muy pasional y, cuando una faena levanta al público, uno se contagia del ambiente».

Los chiqueros de Telemadrid se abren hoy con un cartel de llenazo: toros de Victoriano del Río para Alejandro Talavante, Juan Ortega y Clemente.



El consumo de televisión en diferido en abril representó el 5% del total

- La cadena más vista en diferido fue La1
- La emisión más seguida fue 'Masterchef'

SERVIMEDIA 08/05/2025 11:39

El consumo de televisión en diferido en España durante el mes de abril fue de siete minutos por persona al día, lo que supone el 5% del total. En el caso de las temáticas de pago, este tipo de consumo televisivo ascendió hasta el 14% del total del consumo de pago.

Así lo atestigua el 'Informe audiencia TV: Diferido', elaborado por Barlovento Comunicación, a partir de datos de Kantar, cuyas conclusiones se publicaron este jueves. El trabajo pone de manifiesto que las cadenas que tienen un mayor consumo en diferido son las siguientes: La1, seguida de Antena 3, Telecinco, laSexta, Cuatro, Movistar Plus+ y La2.

Del mismo modo, la emisión más vista en diferido en abril fue 'Masterchef', que La1 emitió el 7 de abril, con 509.000 espectadores de media (el 39% del total de audiencia lograda por la emisión de concursos se debe a su audiencia en diferido).

A su vez, los espectadores únicos del consumo en diferido en abril ascendieron hasta los 21,2 millones, con un promedio diario de cuatro millones. De ellos, el 29% dedica entre una y dos horas a ver televisión en diferido; el 26%, menos de 30 minutos; el 22%, entre 30 y 60 minutos; el 12%, entre dos y tres horas; y el 11% más de tres horas.

En cuanto al perfil del espectador de televisión en diferido, el 54% son mujeres y el 46% son hombres. El 46% tiene una edad comprendida entre 45 y 64 años.

Tribuna Mercados Por Javier García

Oughourlian juega al póker con el Grupo Prisa: ¿valen la Cadena SER y 'El País' 750 millones?

El principal accionista de Prisa busca vender la Cadena SER y 'El País' por 750 millones de euros, pese a que el valor bursátil del grupo es significativamente menor



Joseph Oughourlian, presidente de Prisa. (EFE/Quique García)

Por Javier García 09/05/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO Artículo solo para suscriptores

Mi abuelo era ganadero. Cuando le hablaba de finanzas, se reía. Me decía: "*en la feria siempre hay un despistado que paga lo que pides, el problema es encontrarlo*". El armenio Joseph Oughourlian, el principal accionista del Grupo Prisa, parece estar buscando a ese despistado. Se dice que ha puesto en venta dos de sus joyas mediáticas: la Cadena SER y el periódico El País. Y se han filtrado algunos números: obtener 500 millones de euros (M€) por la venta de la Cadena SER y 250 M€, por El País. En total, 750 M€.

En caso de ser cierta esta información, ¿podría encontrar Oughourlian al despistado de la feria? Porque algo falla cuando todo el Grupo Prisa tiene un valor en bolsa que supera poco más de 521M€ (a 3 de mayo de 2025) y, en cambio, por dos de sus empresas quiere lograr que alguien pague un 44% más de lo que vale todo el grupo.

La Cadena SER y el periódico 'El País' forman el negocio principal del área de negocio que se denomina 'Media' en el Grupo Prisa. Un negocio que aporta el 50% de los ingresos. Pero tan sólo el 30% de la rentabilidad bruta: es decir, los resultados de explotación –ingresos menos gastos corrientes sin tener en cuenta la amortización–.

Así que, para los despistados, he analizado la situación financiera del Grupo Prisa a través de sus cuentas auditadas (por KPMG) para tratar de entender mejor si esto tuviera, o no, sentido.

El Grupo PRISA cerró el año 2024 con unos 881M€ de ingresos. Tiene dos actividades diferentes y, aparentemente, con poca relación entre sí. Por un lado, está el negocio de la Educación, fundamentalmente a través de su empresa Santillana. Y, por otro lado, su negocio de Media, que incluye radio, prensa, digital y producción audiovisual.

La mayoría de los ingresos, 467 M€, lo son en Educación. Y, por países, 6 de cada 10 euros de los ingresos del Grupo Prisa dependen de Latinoamérica. Es decir, España sólo aporta un 40% de los ingresos.

Esto hace que el Grupo dependa de lo que ocurra en países como Brasil, México, Colombia, Argentina y esté expuesto a monedas volátiles (peso argentino o el real brasileño) lo que impacta en su riesgo país: como veremos después, no es lo mismo 1 euro generado en Alemania que 1 generado en Argentina. Esto es determinante en su capacidad para generar caja (dinero líquido) 'en euros'.

Entre 2021 y 2024, el Grupo Prisa logró crecer en unos 133M€ en ventas. El 70% de esos nuevos ingresos lo fueron en Educación y en Latinoamérica. De hecho, después de crecer con fuerza entre 2021 y 2023, en 2024 retrocedió casi un 2% por la caída de las ventas en un mercado clave como es Brasil.

Si nos vamos al área de Media, los ingresos de 2024 cayeron un 5% en el último año. Los retos son muy claros: cada vez son más difíciles de mantener ingresos de publicidad en el papel y su modelo de negocio, a través de suscripciones digitales, no crece al ritmo que lo necesitaría. Lo mismo le ocurre en el área de la radio: perdió ingresos tanto en España como en Latinoamérica.

En concreto, en 2024 aunque no se pueda estimar con máxima precisión (porque la auditoría no lo permite), 'El País' generó ingresos por unos 58M€, y logró cerrar el año con 391.000 suscriptores. A 31 de marzo de 2025, ya alcanzaron los 414.000 suscriptores. No obstante, menos de la mitad de sus ingresos (22M€) provienen del negocio digital. Toda la prensa digital del Grupo Prisa ('El País' junto al 'HuffPost', 'As', 'Cinco Días') ... genera 36M€.

Es decir, una fuente fundamental de los ingresos de El País sigue siendo el papel, donde están los costes de impresión y distribución. Esto deja al periódico en una rentabilidad bruta (antes de interés financieros y amortizaciones) que estimo en unos 8M€.

En el caso de la Cadena SER, aporta casi 7 de cada 10 euros del negocio de Prisa Radio que, en total, genera unos 260M€ de ingresos. Pero se trata de un modelo negocio que también está sufriendo dificultades: la competencia del podcast, el futuro de altavoces inteligentes... y que depende enormemente de ingresos publicitarios tradicionales. Esto le lleva a que su rentabilidad bruta no supere los 25M€.

Pero valorar una empresa es mucho más complejo que hablar de EBITDA y de ventas. Porque el Grupo Prisa es una bomba de relojería de deuda. Así que vamos a tratar de comprender cómo son sus tripas financieras.

En el año 2021 por cada euro de cifra de negocio (ingresos), el Grupo Prisa debía a las instituciones financieras 1,37€. Es decir, hace 3 años Prisa debía unos 1.060 M€. Desde entonces, logró reducir su deuda en 228M€ (a marzo de 2025). Pero esto no resuelve su problema estructural.

Para entenderlo es importante comprender cuántos flujos de caja genera el negocio del Grupo Prisa y a qué los destina: cuánto dedica a inversión, cuánto a la devolución de su deuda y, por último, evaluar cuánto le queda libre (para repartir a sus accionistas o para guardarlos como reserva).

Si sumamos todos los flujos de caja de explotación –es decir, el dinero que le entra por su actividad ordinaria del negocio– entre 2021 y 2024 el Grupo Prisa generó unos 445M€. Una parte de esos flujos, 105M€, los reinvirtió en su propia actividad. Pero la mayoría, 343M€, los tuvo que destinar a devolver una parte de la deuda y sus intereses. Si sumamos lo que entró menos lo que salió, el resultado es negativo y de 3,2M€.

El resultado es que en los últimos 4 años el Grupo Prisa no generó caja positiva (liquidez) para la empresa. Y, tras esos 4 años, la deuda total (a corto y a largo plazo) sigue actualmente en 832 M€.

La siguiente pregunta es, ¿y cómo es esa deuda? Y, sobre todo, ¿cuándo la tiene que devolver? Si acudimos a la auditoría, el Grupo Prisa se ha financiado de cuatro maneras:

La primera, con un préstamo que se denomina 'sindicado senior', es decir, entre varias entidades financieras. A cierre de 2024, ese préstamo era de unos 575 M€. El apellido 'senior' significa que los que te prestan el dinero, si las cosas van mal, son los que tienen prioridad en cobrar. Esta prioridad es lo que permite reducir el coste (tipo de interés) que te cobran. No obstante, el riesgo percibido es muy elevado por parte de los prestamistas porque esta deuda el Grupo Prisa la paga a Euribor + 5,35% (esto es más del doble que lo que pagaría, de media, cualquier empresa del IBEX). Pero ¿cuándo vencen esos 575M€? En marzo de 2026, ¡tic tac!

Hay una segunda fuente de deuda. Se denomina 'super senior'. Es una deuda que se consiguió en 2022 cuando el Grupo Prisa se tuvo que enfrentar a negociar nuevas condiciones de la deuda con sus acreedores. Suelen ser líneas de financiación que aún tienen más prioridad de cobro que la deuda senior. A cierre de 2024, tenían utilizado 200M€ y los tienen que devolver en junio de 2026, ¡tic tac!

La tercera fuente de financiación del Grupo Prisa es 'la deuda junior'. Aquí las cosas son diferentes. Es una deuda 'subordinada'. Esto significa, más o menos, que quien te presta el dinero, si las cosas van mal, son los últimos en cobrar. ¿A cambio de qué? De pagar tipos de interés muy altos (Euribor +8%).

En 2022 esa deuda, tan cara, alcanzó los 192M€. Pero entre 2023 y 2024, porque ya era insostenible el pago de sus intereses, el Grupo Prisa logró reducirla a 'sólo' 39,6M€.

¿Cómo logró reducir esa deuda 'tan costosa'? A cambio de una nueva fuente de financiación: los bonos convertibles. Son préstamos que, tras un tiempo, se pueden convertir en acciones. Pero, contablemente no suman como deuda, sino como "instrumentos de patrimonio", es decir, equivalente a capital. Esto es una manera de "reducir" la deuda de la empresa... porque se supone que son préstamos que se convierten en acciones.

En 2023, el Grupo Prisa emitió 130 M€ de estos bonos, y el 2024 otros 100 M€. De los 230M€, a diciembre de 2024, quedaban 131M€ pendientes de convertir en acciones. A marzo de 2025 parece que quedan 102 M€ por convertir (con un plazo hasta 2029).

Estos bonos son 'muy baratos' en tipos de interés (1%) pero hicieron que aquellos accionistas que no los compraron... perdieran peso en el capital (frente a quien los compró). La mayoría de los bonos, según la auditoría, se convirtieron en acciones a un precio de 0,37€ (en la actualidad la acción cotiza a 0,40€).

En definitiva, los que tenían estos bonos, fundamentalmente socios, han 'apostado' por la empresa, financiándola a un coste reducido, pero a cambio de tener algo de 'descuento' en el precio de la acción.

Recapitulando, el Grupo Prisa tiene unos 775M€ que tiene que devolver en menos de un año. ¿Será causalidad que es la misma cantidad de lo que pide por 'El País' y la Cadena SER?

No obstante, la pregunta importante es: ¿cómo va a devolver esa deuda si en los últimos 4 años ha salido más caja de la que entró en la empresa y sigue ocurriendo lo mismo?

Ante esto solo hay 3 posibilidades:

Una, vender activos, como la operación de poner a la venta la Cadena SER y El País. O podría hacer lo mismo con Santillana.

Dos, renegociar, una vez más, la deuda. Pero como no ha logrado devolver la deuda, ni tiene dinero para pagarla, ni la genera, la credibilidad actual de la empresa puede estar en cuestión y, por tanto, los financiadores exigirán condiciones exigentes.

Si no logra reducir esas condiciones entonces la *bola continua*: incapacidad para invertir en el cambio de modelo digital, más intereses, más costes, menos rentabilidad, menos posibilidad de devolver la deuda...

Y, tres, llevar a cabo una operación de capital (inversores) que le permita al Grupo Prisa reducir la deuda y su coste, re-invertir y mejorar la rentabilidad de su modelo de negocio. Posiblemente esto lo tenga que combinar con alguna venta de activos con baja rentabilidad (o en países donde el riesgo es muy elevado).

¿Por qué opción se ha inclinado Oughourlian?

Acaba de presentar las cuentas del primer trimestre y desveló detalles de su estrategia:

- 1.- Una ampliación de capital de 40M€.
- 2.- Lo suficiente para liquidar la deuda más cara por la que paga Euribor + 8%.
- 3.- Convertir los 102M€ de bonos.
- 4.- Y pasar toda la deuda que vence en 2026 a 2029.

Con la conversión de todos los bonos y la ampliación de capital, pretende reducir el riesgo percibido por las entidades financieras, el coste de los intereses y recuperar algo de oxígeno.

Esa es su apuesta. Pero hay cierto oscurantismo de jugador de póker (que explicaré en otro artículo). Si acudimos a las bases de la ampliación de capital publicadas en la CNMV se observa que Oughourlian impulsó esa ampliación de capital 40M€ sin que pudieran acudir los accionistas actuales, ni siquiera los inversores profesionales.

Esta es la ‘típica’ maniobra dirigida a reconfigurar el accionariado y reducir la influencia de los pequeños accionistas para dar acceso a inversores nuevos ‘y afines’. De hecho, todos los minoritarios perdieron un 7,5% del capital de un plumazo, sin poder ‘rechistar’.

Esto parece responder a una estrategia. Es vox populi que existe una guerra interna de accionistas, con derivadas políticas, en el grupo más afín ideológicamente, no sólo al gobierno actual, sino a la gran mayoría de los lectores de izquierdas del país (el otro).

Aún a pesar de estas maniobras a lo ‘Gordon Gekko’, el problema de fondo es que el coste de la deuda del Grupo Prisa es del 8,93%. ¿Y esto es mucho o poco? Iberdrola, con más de 71.000M€ de deuda se financia al 3% anual: tipo de interés y riesgo financiero van de la mano. Esto debería dar una pista del riesgo percibido por los financieros al Grupo Prisa.

Pero para entenderlo mejor. El resultado de explotación del Grupo Prisa en 2024 (ingresos menos gastos corrientes, es decir, la rentabilidad bruta sin tener en cuenta los gastos financieros) fue de 115 M€ de euros. ¿Cuánta de esa rentabilidad se ha tenido que destinar a pagar intereses? Casi 100M€.

En el primer trimestre de 2025 las cosas no fueron mejor: su resultado de explotación cayó un 31% (respecto al mismo trimestre del año 2024) y sus gastos de financieros siguieron creciendo (y comiéndose 8 de cada 10 euros de esa rentabilidad). Esto ha colocado al Grupo Prisa en unas pérdidas de 4M€ en el primer trimestre de 2025, cuando un año antes ganaba 19M€.

Es decir, el Grupo Prisa trabaja para pagar intereses a quien le ha prestado dinero y se encuentra en un momento crítico:

Alta deuda

No genera liquidez: es decir, no le queda efectivo tras hacer inversiones mínimas y devolver los vencimientos de la deuda y su coste.

No genera dinero para afrontar un plan de inversiones y, por tanto, para cambiar su modelo de negocio: y sigue atrapado en modelos más tradicionales.

La empresa necesita una re-invención (sobre todo en digital y nuevas fuentes alternativa de ingresos) pero no tiene 'gasolina' para hacerlo.

Ante esto, el Grupo Prisa reconoce explícitamente que su ratio Deuda Neta / EBITDA fue de 3,97 a diciembre de 2024 y, tras las ampliaciones de capital a marzo de 2025, de 3,81. Es decir, la deuda total (menos el efectivo) es de casi 4 veces más que todo beneficio de explotación menos amortizaciones.

Es cierto que es el nivel más bajo desde 2005. Pero también es cierto que está en los límites máximos para que empiecen a operar lo que se conoce como 'covenants', establecidos en los contratos firmados tras la reestructuración de deuda de 2022. Por esto tuvieron que hacer bonos convertibles y ampliaciones de capital.

Los covenants (o cláusulas financieras) son compromisos que una empresa asume con quien le presta dinero. Estas cláusulas limitan las decisiones de los gestores y pueden alterar las condiciones de financiación.

En el caso del Grupo Prisa, parece que estos covenants incluyen algunas cláusulas poco habituales –de las que igual hay que seguir hablando–:

Exigirle una amortización anticipada de la deuda.

Imponer penalizaciones o subidas automáticas del tipo de interés.

Bloquear nuevas inversiones o la distribución de dividendos.

Forzar la venta de activos, lo que degrada aún más la valoración de la compañía.

Y en este contexto, el actual socio mayoritario parece, como decía, que quiere conseguir un precio por 'El País' y la Cadena SER de 750M€. ¿Esto tiene sentido?

Hagamos la operación al revés. Analicemos cuánta caja bruta genera cada una de las empresas por separado. Supongamos que logra mejorarla un 5% cada año durante los próximos 5 años (esto serían un reto para ambos medios) y que, a partir de ahí, crece a perpetuidad un 1,5% anual.

Ahora apliquemos un descuento. ¿Por qué? Porque como explicaba en un artículo anterior, una empresa no vale sólo por lo que hizo hasta hoy: si hicieramos eso, el titular de este artículo sería que contablemente el Grupo Prisa estaría en Patrimonio Neto Negativo de -335M€. Es decir, contablemente el Grupo Prisa tiene hoy 119M€ de capital social y lleva acumuladas casi 560M€ de pérdidas... a diciembre de 2024.

Esto significa que acumula más pérdidas y más pasivos (deudas) que todos los activos juntos: el negocio contablemente no es tal negocio. Se mantiene por la respiración asistida de quien le ha prestado dinero para vivir, eso sí, pagándole 100M€ de intereses cada año.

Y es que una empresa crea valor por lo que puede hacer en el futuro y los flujos de caja que puede generar. Si quien te presta dinero ya te exige, de media, un 9%, ¿cuánto exigiría quien quisiera comprar el negocio? La respuesta lógica es que mucho más, porque podría perder todo el capital (y no tiene ni derecho a intereses). El llamado WACC (la rentabilidad exigida por el inversor) suele ser varios puntos superiores al coste de la deuda y es un indicador que se utiliza para saber si una empresa crea o no valor financiero.

Vayámonos al mínimo, una rentabilidad exigida del 11% (2 puntos más que el coste de la deuda). Esto es un mínimo porque gran parte del negocio del Grupo Prisa proviene de países con un riesgo (y una rentabilidad exigida por los inversores) más elevado.

Para entenderlo, según los datos de la *Escuela de Negocios Stern de Nueva York*, que son muy utilizados en este tipo de ejercicios, los inversores que invierten en Brasil exigen un 57% más de rentabilidad que cuando lo hacen en España (3,3 puntos de prima de riesgo adicional frente a 2,1 en España). Y los que invierten en Argentina exigen casi 8 veces más (16 puntos de prima de riesgo).

Con este riesgo país, el 70% de la rentabilidad del Grupo Prisa se concentra en estos países. Esto 'amplía' el riesgo que cualquier inversor exigiría a la hora de comprar el Grupo. En el caso de Prisa Media (donde está la Cadena SER y El País) es a la inversa: el 35% del negocio aproximadamente está en Latinoamérica. Por eso se puede utilizar una tasa de riesgo 'más comedida' que para todo el Grupo.

Con todo, es poco creíble que un inversor que quiera adquirir los negocios de Prisa Media no exija, como mínimo, más del 11% de rentabilidad esperada. Esto lo necesita para cubrirse de los riesgos potenciales de un negocio de futuro incierto.

A partir de aquí, recordemos: los Flujos de Caja del negocio de 'El País' (previos a la devolución de la deuda) son de unos 8 M€ anuales (recuerda que son una estimación porque la auditoría no los precisa). Y los de la Cadena SER de unos 25M€.

Aun suponiendo que crecen a un ritmo del 5% en los próximos años, las estimaciones más generosas colocan a El País en un valor que no alcanzaría, en el mejor de los casos, los 90M€.

Para que El País tuviera un valor de 250M€, tendría que generar un 255% más de caja anual, triplicar las suscripciones digitales, aumentar sus precios, y lograr una rentabilidad digital similar a la del *New York Times*, algo francamente muy difícil de conseguir. Y si se logra a base de nuevas inversiones, éstas reducirían el precio de la adquisición del negocio.

Lo mismo ocurre con la Cadena SER. Su valor máximo estaría en 265M€. Tendría que aumentar su caja un 127% cada año. Y, como mínimo, duplicar sus ingresos netos. Esto, en un negocio sin un plan de inversión digital claro parece inviable: y si se hace, tendría que descontarse del precio.

Y todo esto suponiendo que el comprador de El País y de la Cadena SER se libera de toda la deuda del Grupo Prisa... y que se quedan sólo con el negocio.

Porque si hiciéramos un análisis del conjunto del Grupo, es decir, si quisieramos venderlo en su totalidad, los 521M€ de valor en bolsa actual –3 de mayo de 2025– (netos de deuda) son muy generosos. No están teniendo en cuenta todos los riesgos de la alta concentración de la actividad en países latinoamericanos.

¿Por qué? Porque dado el riesgo país al que se enfrenta el Grupo Prisa, la rentabilidad exigida por un inversor que lo quisiera comprar estaría en una horquilla entre el 14 y el 17%.

Para justificar su valor actual, como puedes ver en la tabla, los analistas parecen que están creyendo que el Grupo Prisa va a ser capaz de crecer en flujos entre un 4 y un 5% anual, con una rentabilidad exigida al capital del 12% y que va a conseguir la refinanciación planteada (pasar a deuda de 2026 a 2029 y reducir su coste). Si estresamos un poco ese riesgo (rentabilidad exigida), se desplomaría el valor.

Para quien quiera hacer una comparativa, las empresas de capital riesgo en Europa, de media, en sus modelos de negocio exigen rentabilidades en horquillas entre el 18 y el 25%... para comprar participaciones... Así que, para conseguir grandes cantidades de capital financiero o un comprador, el precio de venta del Grupo Prisa tendría que reducirse de forma drástica, y demostrar que tiene un gran plan de crecimiento.

Joseph Oughourlian no es periodista, es financiero. Y todo esto lo tiene muy estudiado. Su plan de ampliar capital, eliminar la deuda basura, reducir al máximo sus inversiones y gastos, dar una 'patada' a 2029 una deuda que no podría pagar en 2026 parece que es una buena estrategia de jugador de póker o, simplemente, una apuesta. No tengo tan claro si es la mejor en los mercados reales, incluidas las ferias de ganado a las que iba mi abuelo José. Y lo está haciendo con maniobras 'raras' con sus socios minoritarios. Todo esto es arriesgado porque una empresa sin inversiones a largo plazo puede quedarse obsoleta y truncar su crecimiento.

No obstante, de ahí a pedir 750 M€ por 'El País' y la Cadena SER hay un largo camino. Parece que está buscando al despistado que cree que está comprando "más que un negocio". Está comprando influencia: un medio de comunicación, poder influir en la opinión pública y, por tanto, todo esto tiene un 'sobre precio' que no se sustenta en los números financieros. Oughourlian, como buen financiero, está jugando al póker. Ahora bien, ¿habrá quien acepte su farol?

EUROPA PRESS

Mediaset España alcanza un nuevo acuerdo con DAZN para emitir el Gran Premio de España de Fórmula 1



MADRID, 8 Mayo 2025 (EUROPA PRESS) -

Mediaset España volverá a emitir el Gran Premio de España de Fórmula 1 tras alcanzar un nuevo acuerdo con la plataforma DAZN, actual titular de los derechos del campeonato hasta 2026, según ha anunciado este jueves el grupo de comunicación.

De este modo, los amantes del motor podrán seguir en directo y de forma gratuita la carrera en el Circuit de Barcelona-Catalunya. El evento podrá disfrutarse íntegramente, desde los entrenamientos hasta la carrera, a través de la oferta del grupo.

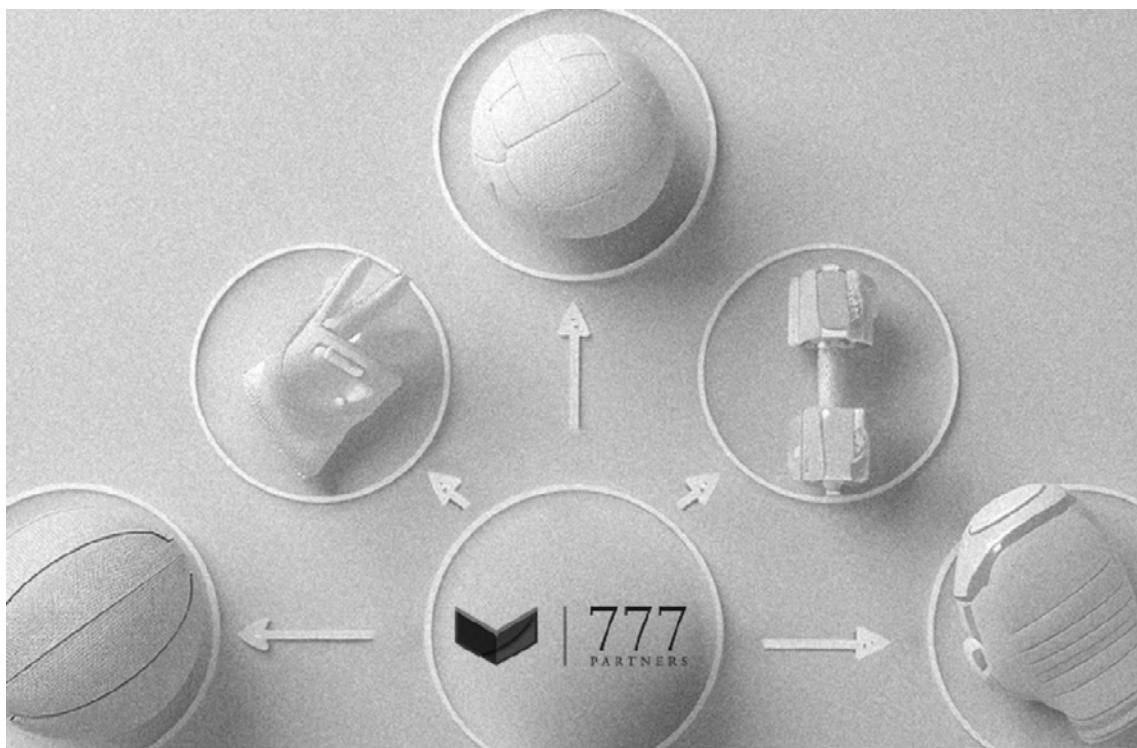
Respecto a la cobertura, Mediaset España ha detallado que arrancará el viernes 30 de mayo en Be Mad con la doble sesión de entrenamientos libres, continuará el sábado 31 en Telecinco con la tercera tanda de entrenamientos y la sesión de clasificación. Culminará el domingo 1 de junio a las 15.00 horas con la retransmisión en directo de la carrera.

Será el noveno gran premio del Campeonato del Mundo, en una temporada en la que Carlos Sáinz y Fernando Alonso intentan remontar posiciones tras las seis primeras carreras. En la clasificación general, el australiano Oscar Piastri lidera actualmente la tabla y los pilotos españoles ocupan la decimotercera y la decimoséptima plaza, respectivamente

2Playbook

777 Partners: el holding multipropiedad que suelta lastre tras el colapso

La firma estadounidense fundada en 2015 apuntó a convertirse en un gran conglomerado deportivo con una red global de clubes de fútbol, pero ahora está vendiendo por los problemas financieros de sus inversores.



Patricia López 9 de mayo de 2025

Cuando 777 Partners apareció en el tablero deportivo, lo hizo con el brío de un player dispuesto a crear un conglomerado global de clubes de fútbol. Fundado en 2015, en 2019 realizó su primera inversión en deporte como accionista minoritario del Sevilla FC, y en 2021 lanzó su ofensiva internacional que le llevó a invertir en siete equipos en tres continentes. Hoy sólo sigue activo en el club hispalense, aunque con un asterisco: tras llegar a controlar entre un 12% y un 14% del capital, su continuidad no está clara. Recientemente, ha desinvertido del Genoa CF y la Justicia ha embargado sus activos en el Standard de Lieja belga y en el Vasco da Gama brasileño. Así ha sido el auge y caída del fondo de inversión que aspiraba a ser el mayor holding multiclub del mundo.

777 Partners protagoniza la octava entrega de una serie de reportajes en los que 2Playbook analiza las estrategias de inversión y participadas de los principales fondos en deporte

Entre 2021 y 2023, esta firma de inversión con sede en Miami desplegó una ofensiva sin precedentes en el fútbol internacional, adquiriendo participaciones, muchas de ellas mayoritarias, en clubes históricos como el Genoa, Vasco da Gama, Standard de Lieja o Hertha Berlín. Su apuesta se sustentaba en un modelo ya conocido, el de la propiedad multi-club (MCO, por sus siglas en inglés), pero su ejecución acabó siendo tan intensa como frágil.

Las principales inversiones deportivas (y desinversiones) de 777 Partners en deporte

| Propiedad Deportiva | Tipo de propiedad | Porcentaje de Propiedad | Estatus |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------------|--------------|
| Genoa CFC (Anteriormente) | Club | 99,9 | Desinversión |
| Standard Liège | Club | 100 | Desinversión |
| CR Vasco da Gama | Club | 70 | Desinversión |
| Sevilla FC | Club | 12-14 | Activo |
| Hertha BSC | Club | 75 | Desinversión |
| Melbourne Victory (Anteriormente) | Club | Minoritaria | Desinversión |
| London Lions (Anteriormente) | Club | Mayoritario | Desinversión |
| British Basketball League | Competición | Mayoritario | Desinversión |

Fuente: Intelligence 2P.

Tabla: Intelligence 2P. * Fuente: Intelligence 2P. • Creado con Datawrapper

El origen de una firma con ADN financiero, no deportivo

Fundada en 2015 por Josh Wander y Steven Pasko, 777 Partners nació como un derivado de la firma financiera SuttonPark Capital, especializada en liquidaciones estructuradas y financiación de litigios. En sus primeros años, 777 se concentró en verticales de servicios financieros, pero pronto viró hacia una expansión multisectorial que abarcó desde aviación y medios hasta el deporte profesional, con un claro foco en el fútbol.

A diferencia de fondos que han apostado por propiedades deportivas de notable reconocimiento, como Arctos, Redbird o Qatar Sports Invesment, que invirtieron en clubes estratégicos y estables, 777 Partners abrazó el modelo MCO como eje de su expansión deportiva, focalizándose en equipos con historia, tradición, y, sobre todo, valoraciones bajas por su situación financiera.

Su cartera llegó a incluir Genoa CFC (Serie A); Vasco da Gama (Brasil); Standard de Liège (Bélgica); Red Star FC (Francia); Hertha BSC (Bundesliga); Melbourne Victory (Australia), y una participación minoritaria en el Sevilla FC (España). El objetivo era generar sinergias y crear economías de escala: contar con un equipo de scouting compartido, rotación de talento, apoyo administrativo y comercialización conjunta de activos, como patrocinios. El salir al mercado vendiendo un activo compartido en numerosos clubes eleva el valor del acuerdo, del mismo modo que firmar a un proveedor o socio permite alcanzar acuerdos más interesantes para la propiedad.

Pero el ritmo de adquisiciones fue tan vertiginoso que dejó poco espacio para la integración real. Lo que parecía una red estratégica terminó siendo una suma de clubes sin una operativa cohesionada ni una visión deportiva sólida. El intento de culminar su proyecto fue la compra del Everton FC, club de la Premier League al que financió, pero no llegó a buen puerto.

Esa situación acabó de descoser las costuras: la operación fue bloqueada tras revelarse las denuncias de fraude y las dudas sobre la solvencia real del fondo. 777 quedó fuera de juego y el club inglés acabó en manos de Dan Friedkin, dueño de la AS Roma. Antes de esa crisis, uno de los hombres fuertes del fondo en su estrategia deportiva, Juan Arciniegas, acabó fichando por Ares como director de inversiones en deporte. Meses después abandonó el barco el consejero delegado del área de fútbol Don Dransfield, fichado en 2022 al City Footbal Group.

Un liderazgo cuestionado y una gestión bajo lupa

Josh Wander y Steven Pasko impulsaron el fondo, pero ambos fueron apartados del liderazgo en mayo de 2024, tras la entrada de profesionales encargados de reestructurar 777 Partners, que acabó poniendo a la venta todos sus activos en el mundo del deporte. También soltó lastre en su única inversión no futbolística, los London Lions de baloncesto, club británico que estuvo al borde de la quiebra. El único activo deportivo que aún tiene en cartera es el Sevilla FC, y su futuro en el club es incierto.

Llevo en Movistar Plus+ desde el primer día y ahora me he suscrito a Orange TV. Ahora no sé cuál de las dos se va a quedar en mi tele

Orange TV ya permite la suscripción a usuarios que no son de Orange

Me he suscrito para comparar dicho Orange TV con Movistar Plus+. Ambas son muy similares

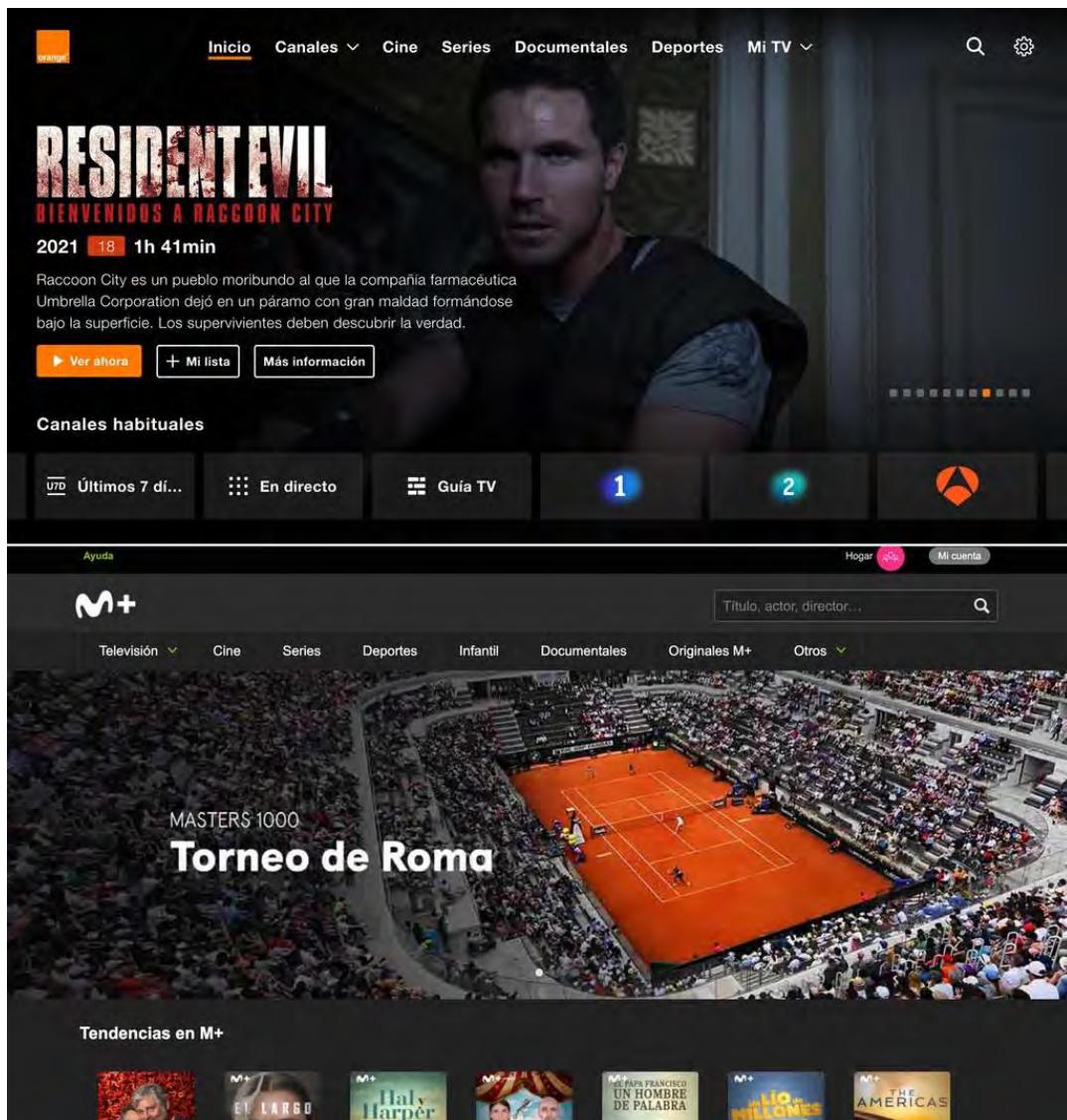
Hace 2 horas Iván Linares



A la guerra de las plataformas de streaming libres se une ahora Orange TV: la plataforma abre la suscripción y compite directamente con Movistar Plus+. Tiene armas más que suficientes para hacerlo: desde un buen precio a fútbol incluido. Cuesta 7,99 euros al mes y el primero es gratuito.

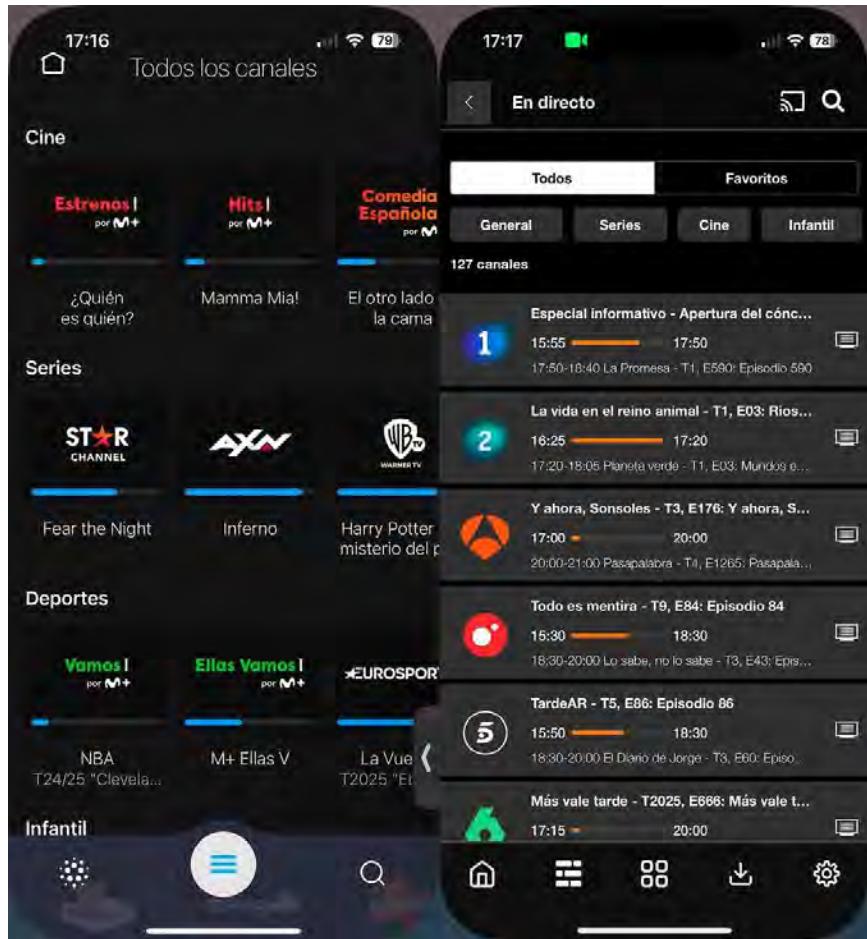
Tener a mi alcance canales de televisión en directo, contenido diverso bajo demanda, series y películas de estreno, documentales... y todo en una misma plataforma, por eso llevo en Movistar Plus+ desde que Telefónica la hizo independiente. Ahora accedo a ella desde O2 con la reciente tarifa de 38 euros. Y claro, debía compararla con la competencia que plantea Orange TV. Está a un excelente nivel.

Orange TV gana por goleada en canales de televisión



Reconozco que me llevé una gran decepción con Movistar Plus+ después de que dejase escapar a los canales de AMC. El Canal Cocina es uno de los que más se ven en mi casa, fue una pequeña desgracia perderlo (cambiamos a Tivify Premium, que de ahí no se fue). A cambio, Movistar introdujo los de BBC, salimos perdiendo pese a que el contenido me parece de calidad (aún algo escaso). Abrir Orange TV tras suscribirme me alegró el día.

La primera diferencia entre plataformas es el precio: Orange TV cuesta 7,99 euros, la opción de Movistar Plus+ más barata se va a los 9,99 euros. La segunda es claramente la parrilla de canales: comparar la una con la de la otra deja claro que Movistar ha priorizado otros aspectos más allá de los canales en directo. Al menos dentro de la app y de su suscripción libre.



Orange TV tiene una parrilla de canales enorme, muy variada y con una buena selección de emisiones premium. Como Tivify, también incluye canales gratuitos para aumentar la oferta. Y esto llega a apabullar: desplazarme entre la parrilla me agobia un poco. Por su parte, Movistar Plus+ no ofrece tantas opciones, para lo malo y para lo bueno.

A parte de la tele en directo, y de los pertinentes últimos siete días y control de reproducción, tanto Orange TV como Movistar Plus+ disponen de series completas bajo demanda, de películas de cine, ofrecen eventos deportivos (Orange tiene más partidos de fútbol que Movistar, que es quien tiene los derechos) y documentales. De base hay varias diferencias llamativas:

- Movistar Plus+ tiene la mejor base de contenido propio. Series de producción a costa de la empresa, programas, canales y documentales que solo pueden verse en la plataforma.
- Orange TV incluye contenido de SkyShowtime. Las dos son agregadores de otras plataformas, pero solo Orange incluye en el precio de su suscripción las películas y series de otro servicio. El añadido de SkyShowtime me parece atractivo.

- Movistar permite añadir perfiles de usuario. Algo que me parece básico, porque la cuenta la usa toda mi familia. Y cada uno tiene sus propios contenidos: Orange TV parte con desventaja aquí.
- De base, Orange TV tiene un 59 % más de canales. Tras contar las dos parrillas frente a frente con la suscripción que cada plataforma tiene de base, Orange TV ofrece 127 canales y Movistar Plus+ 80. Orange tiene muchos canales «de relleno», pero ofrece más variedad.

Orange TV ha irrumpido con fuerza en mi Android TV: tanto la calidad de la reproducción como la interfaz están a un buen nivel, aunque es cierto que Movistar Plus+ le gana en la calidad del software. Orange TV me ha dado algún error puntual, en el móvil me funciona mejor que en la tele y el desplazamiento entre las distintas parrillas se me hace algo caótico al regresar al menú tras inspeccionar un título concreto.

Las apps de Movistar Plus+ me parecen más pulidas que las de Orange TV. Aun así, la segunda estructura mejora las categorías de contenido

La interfaz de Movistar Plus+ está demasiado orientada al cine y a las series: si quiero acceder a la lista de canales de televisión debo desplazarme hacia abajo mucho trecho (la Guía ni lo contempla, es un caos). Ahí prefiero Orange TV: localizar un canal concreto es más sencillo. Aunque menos gráfico.

Muy similares y con diferentes fortalezas propias

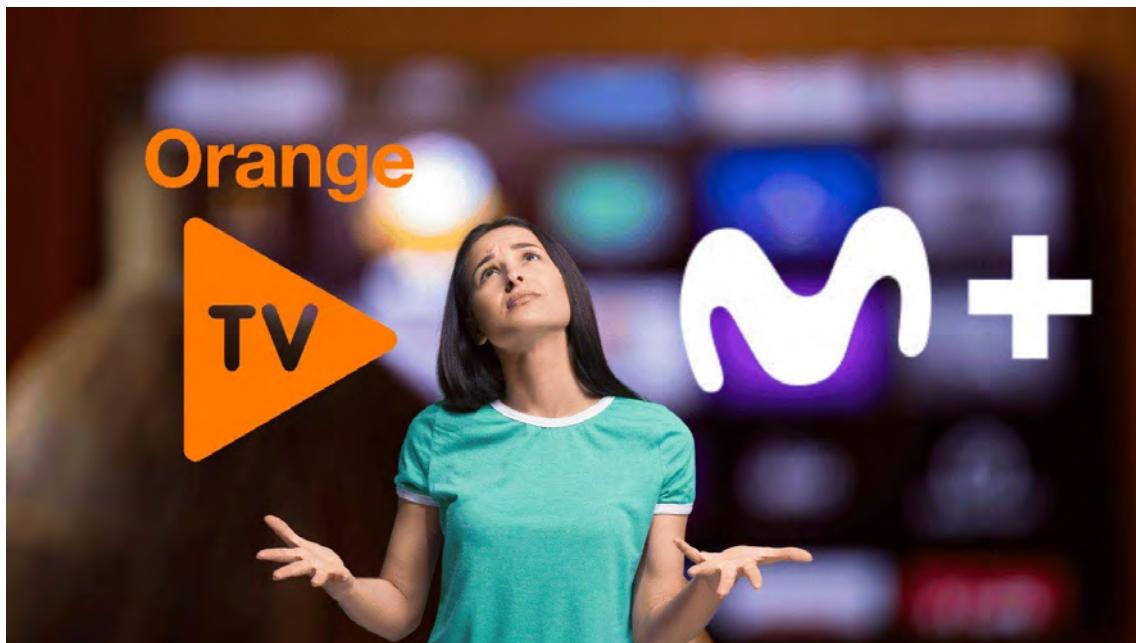
Con el primer mes gratis que ofrece Orange TV vale la pena probarlo y ver qué tal funciona: creo que por 8 euros ofrece una ventana abierta a un enorme abanico de contenidos. También Movistar Plus+ aporta un enorme valor, en especial con el contenido propio: sus series, programas y documentales valen la pena el sobrecoste en la suscripción.

¿Qué buscas una plataforma libre que te ofrezca canales premium, películas de estreno, series, documentales y una selección de transmisiones deportivas? Orange TV es una excelente propuesta. Ha entrado pisando fuerte, ahora no sé con cuál de las dos voy a quedarme.

Operadores

Orange TV Libre vs Movistar Plus+: así queda la batalla del mejor streaming por menos de 10€

Carlos Zapatero | Publicado el 08 de mayo, 2025 · 22:00



A Movistar Plus+ le ha salido un duro rival con Orange TV Libre, la plataforma del operador naranja que se acaba de liberar y, ahora, puede ser adquirida con independencia del operador que tengamos contratado. Comparamos ambas opciones para conocer cuál nos ofrece más contenido.

Orange daba la sorpresa hace unos pocos días y liberaba **Orange TV Libre**, su propia OTT, a todos los consumidores. Ahora no importa el operador que nos ofrezca servicio móvil o fibra en casa, cualquier usuario puede contratar su plataforma de streaming y disfrutar de todo el contenido que concentra.

Con este movimiento, a **Movistar Plus+ por 9,99€** le sale un duro rival y tendrá que competir de tú a tú con un servicio que, además de su **oferta de entretenimiento**, también destaca por su amplia oferta deportiva. Analizamos ambas hasta conocer cuál es la mejor opción.

Todo lo que incluye Orange TV Libre

Orange TV Libre aterriza con un catálogo de contenido muy cuidado y, además, en constante actualización. Por lo que es imposible que no encontremos algo que se adapte por completo a nuestros gustos. Esto es todo lo que nos ofrece:

- Un partido de la Liga EA Sports por jornada.
- Un partido de la UEFA Champions League.
- Tres partidos de LaLiga Hypermotion.
- Un partido de la Copa del Rey por eliminatoria.
- Más de 90 canales con contenidos para todos los públicos y otros eventos deportivos.

Además, hay una sorpresa más: la suscripción a SkyShowtime está incluida en el precio. Por lo que si la oferta de entretenimiento diseñada por la propia Orange fuera insuficiente, vamos a poder disfrutar de todos los estrenos de la plataforma de streaming ya mencionada.

Todo lo anterior se puede contratar sin permanencia por 7,99€ al mes. Una oportunidad única para añadir servicio de televisión a nuestra línea con un coste muy contenido.

Conviene tener en cuenta que Orange TV Libre no requiere de ningún codificador, siendo accesible desde su propia app. Además, podemos registrar hasta cinco dispositivos al mismo tiempo y permite dos visualizaciones simultáneas, con independencia de la ubicación en la que nos encontremos.

¿Y Movistar Plus+?

Pasamos a Movistar Plus+, una de las opciones más interesantes que encontramos en el mercado nacional. El operador azul ha hecho un importante esfuerzo en diseñar una OTT de primer nivel que ofrece una excelente experiencia a sus usuarios. Algunas de las principales ventajas que nos ofrece son las siguientes:

- Un estreno del cine al día. En muchos casos, nos encontramos con películas que han sido premiadas recientemente en las galas más prestigiosas del cine internacional.
- Series originales e internacionales de primer nivel.

- Todas las semanas ofrece el partido de Movistar Plus+, el mejor partido de la Champions y la Premier League.
- Los aficionados al baloncesto también pueden disfrutar de los encuentros de Euroliga, NBA y Liga Endesa, además de la Copa del Rey.
- Las mejores competiciones de tenis, rugby, pádel y NFL.
- Más de 80 canales con algunos de los mejores programas, como Eurosport, TCM o National Geographic, entre otros.

El **precio mensual de Movistar Plus+** es algo superior, puesto que se queda en 9,99€ al mes. Sin embargo, la compañía lanzó recientemente **una nueva tarifa anual** que nos permite disfrutar de los doce meses de contenido por 99,90€ al año, por lo que se queda **por poco más de 8€ al mes**, muy similar al precio de Orange.

Respecto a la experiencia de visualización, también permite dos reproducciones simultáneas con independencia de la ubicación, siempre y cuando estemos dentro de la Unión Europea. Por lo que también se convierte en una opción perfecta si estamos acostumbrados a viajar.

Ambas compañías ofrecen un servicio muy similar en el que la calidad es su principal seña de identidad. Un aspecto positivo es que no solo contemplan un catálogo de **series y de películas de primer nivel**. Además, también incluye una oferta deportiva muy completa que nos permite disfrutar de los mejores encuentros de nuestro deporte favorito.

Ahora, es turno de valorar cuál es la que mejor se adapta a nuestros gustos y necesidades y beneficiarnos de la **gran variedad de contenido** que tenemos actualmente a nuestra disposición.





Series y cine, contenidos más vistos en la televisión por internet en España

Unos 34 millones de espectadores utilizan servicios audiovisuales en línea

REDACCIÓN / LA VOZ

Unos 34 millones de espectadores utilizan servicios de contenido audiovisual en línea. Esto supone el 95 % de los internautas de entre 16 y 75 años, según refleja el *Estudio de televisión conectada 2025*, realizado por IAB Spain, la asociación de publicidad, marketing y comunicación digital en España y patrocinado por Publiespaña. Esto refleja que esta forma de consumo «se consolida como un hábito masivo y transversal», recoge el informe.

La penetración de la televisión conectada se mantiene en las cifras del año anterior y no presenta diferencias en cuestión de sexos, ya que es adoptada por un 51 % de las mujeres y un 49 % de los hombres. La franja de edad con más presencia es la de las personas de entre 16 y 54 años. Además, la mayoría de los usuarios ven televisión en compañía (77 %), especialmente con su pareja (47 %) o en familia (32 %).

Los contenidos más consumidos son las series (84 %) y el cine (77 %), seguidos de los informativos (41 %) y las retransmisiones deportivas (36 %).

El promedio diario de consumo a la carta de televisión conectada alcanza los 132 minutos, y son los mayores de 65 años los que dedican más tiempo, con una media de 161 minutos al día.

En cuanto a los horarios de mayor consumo, los picos de visualización se concentran durante la cena (56 %) y antes de acostarse (60 %). El momento de máxima audiencia (*prime time*) se sitúa entre las nueve y las once de



Un espectador observa el menú de una plataforma de «streaming». ÁNGEL MANSO

la noche (79 %), aunque se aprecia también un pequeño pico de consumo entre las tres y las cinco de la tarde (27 %).

En cuanto a las preferencias de contenido, los usuarios optan principalmente por contenidos bajo demanda (82 %), aunque uno de cada dos también elige contenidos lineales emitidos en tiempo real pero reproducidos a través de internet en lugar de la televisión convencional.

En materia de dispositivos, el televisor sigue siendo el centro principal del entretenimiento en el hogar. El 76 % de los usuarios acceden a través de un televisor inteligente, que se consolida como la opción principal. Sin em-

bargo, una proporción significativa de usuarios, a pesar de contar con un *smart TV*, apuestan por otras alternativas. Destacan los decodificadores —como Google Chromecast, Apple TV, Fire TV de Amazon, Agile TV y los decodificadores de *Movistar Plus*—, seguidos por los *smartphones* y las tabletas.

El estudio revela que estos dispositivos no siempre son excluyentes. Casi la mitad de los usuarios (un 49 %) utilizan otro dispositivo al mismo tiempo que consumen televisión conectada. Destaca el uso del *smartphone* (94 %), sobre todo para navegar por redes sociales (77 %) e internet (61 %) mientras se consumen

contenidos audiovisuales. En este punto son mayoría las mujeres, que representan el 57 % de las personas que emplean otros dispositivos a la vez que ven la televisión por internet. También los jóvenes (62 %) predominan entre los que hacen un uso simultáneo de pantallas.

El estudio refleja que crece la aceptación de la publicidad con respecto al año pasado. De hecho, el 76 % de los usuarios estarían dispuestos a abaratar el coste del servicio a cambio de ver anuncios. Los usuarios prefieren ubicar la publicidad antes del programa (45 %), después del programa (30 %) y en el momento de acceder a la plataforma (22 %).

PuroMarketing

Artículo MARCAS 8 Mayo 2025

El amor por una marca no se compra, se cultiva: Lo que hace que los consumidores sientan pasión por sus marcas preferidas

Convertir una marca en un referente que enamore al consumidor es un proceso profundo que va más allá del marketing tradicional.



Por Redacción - 8 Mayo 2025

La pasión que los consumidores sienten por sus marcas preferidas no es fruto del azar, sino el resultado de una construcción cuidadosa que entrelaza factores emocionales, sociales y simbólicos. Lo que realmente marca la diferencia es la capacidad de una marca para generar un vínculo emocional profundo con su audiencia. De hecho, un 62% de los clientes reporta sentir una conexión emocional con sus marcas favoritas, una relación que va más allá del acto de compra y se convierte en una experiencia de identificación, confianza y lealtad.

Este lazo emocional tiene implicancias económicas claras. Los consumidores altamente conectados emocionalmente tienen un valor de vida hasta 306% superior en comparación con los clientes meramente satisfechos. Además, el 70% de ellos están dispuestos a gastar el doble en marcas que aman, y un 57% aumentaría su gasto si siente una afinidad emocional. Esta relación está alimentada, en gran parte, por la capacidad de las marcas de reflejar los valores, aspiraciones y estilo de vida de los consumidores. Cuando una

marca logra alinearse con los principios del cliente, el resultado es una fidelidad inquebrantable: el 89% de los consumidores afirman que permanecerían fieles a una marca si comparten valores, y un 67% están dispuestos a pagar más si esa afinidad existe.

La autenticidad y la confianza, pilares fundamentales

El 81% de los consumidores declara que necesita confiar en una marca antes de considerar adquirir sus productos, y el 91% recompensaría esa autenticidad con una compra. Para las generaciones más jóvenes, como la Generación Z, esta exigencia es aún mayor: el 79% prioriza consumir de marcas que perciben como confiables. Así, la transparencia, la coherencia y el propósito social se convierten en condiciones indispensables para generar esa pasión que trasciende lo comercial.

El papel de la experiencia del cliente también resulta decisivo puesto que los clientes leales gastan en promedio un 43% más que los no leales, y las empresas con programas efectivos de fidelización registran un crecimiento de ingresos 2.5 veces mayor al de sus competidores. La recurrencia de compra, además, se construye en la constancia: el 88% de los consumidores necesitan al menos tres interacciones exitosas antes de considerarse leales. Este tipo de lealtad no es pasiva, sino proactiva: más de la mitad de los clientes (52%) afirman hacer un esfuerzo adicional para adquirir productos de sus marcas preferidas. De igual forma, la comunicación y la conexión directa con la audiencia desempeñan un rol clave. El 64% de los consumidores desea que las marcas se comuniquen con ellos de manera regular, y un 70% se sienten más conectados con aquellas cuyas figuras líderes —como los CEOs— participan activamente en redes sociales. En esta era de hiperconectividad, las marcas que logran establecer un diálogo auténtico y constante con sus consumidores no sólo construyen comunidad, sino que despiertan un sentido de pertenencia, admiración y pasión que pocas campañas publicitarias tradicionales podrían generar por sí solas.

Lovemarks y marcas que han logrado trascender más allá de la funcionalidad

Todo ello es lo que lleva a muchas marcas a ser consideradas auténticas lovemarks. El concepto de lovemark, acuñado por Kevin Roberts, ex CEO de Saatchi & Saatchi, se refiere a aquellas marcas que han logrado trascender la funcionalidad y la lógica del mercado para instalarse en el terreno emocional, donde operan el amor, la admiración y la fidelidad profunda.

Una lovemark no solo ofrece un buen producto o servicio, sino que establece una relación simbiótica con el consumidor, basada en la confianza, la autenticidad y el propósito compartido. Como reflejan los datos, cuando las marcas logran generar esa conexión emocional significativa —con el 76% de los consumidores mostrando una clara preferencia por las marcas con las que sienten un vínculo emocional—, pasan a ocupar un espacio privilegiado en la vida del cliente. En ese sentido, marcas como Apple, Adidas, Toyota, Harley Davidson o Chanel, entre otras, no solo venden productos dentro de su sector o categoría; venden un estilo de vida, una causa, una identidad. Y es en ese cruce entre emociones profundas, valores compartidos y experiencias memorables donde una marca deja de ser simplemente una opción de mercado y se convierte en una lovemark.

Convertir una marca en un referente que enamore al consumidor

Convertir una marca en un referente que enamore al consumidor es un proceso profundo que va más allá del marketing tradicional. Todo comienza con un propósito claro y auténtico: las marcas que conectan verdaderamente no solo venden productos, sino que representan valores y una visión del mundo que los consumidores comparten. A partir de ahí, es esencial entender al cliente en un plano emocional, no solo como comprador, sino como persona con deseos, necesidades y aspiraciones.

Esa comprensión se traduce en experiencias memorables, donde cada punto de contacto —desde el empaque hasta el servicio al cliente— refleja coherencia, cuidado y personalidad. La autenticidad en la comunicación, especialmente en tiempos de hiperconexión, se vuelve decisiva: como ya hemos explicado, los consumidores valoran la transparencia, la honestidad y la cercanía de las marcas, incluso en sus errores. Además, las marcas que logran construir una comunidad en torno a sí mismas —donde las personas se sienten parte de algo más grande— refuerzan la lealtad emocional.

Pero ante todo, hemos de tener claro en todo momento que la pasión por una marca no se compra, se cultiva. Surge cuando las empresas se atreven a ser más que proveedores de productos: cuando se convierten en referentes de valores, generadoras de experiencias significativas y agentes de cambio con los que el consumidor se siente orgulloso de identificarse.



Son Goku from the 'Dragon Ball' series; Doraemon, the robotic cat; and Totoro from Studio Ghibli's animated fantasy 'My Neighbour Totoro' © FT montage/Getty/Alamy

The Big Read

Is Japanese anime the next global IP gold mine?

Japan's distinctive cartoons are attracting worldwide audiences, Hollywood studios and private equity companies alike. Who will reap the rewards?

David Keohane, Harry Dempsey and Leo Lewis in Tokyo MAY 8, 2025

For a few days in March, anime and manga broke the internet. Wide-eyed, cute-looking characters spread like wildfire across social media, drawn in so-called Studio Ghibli style — named for the creative brains behind *My Neighbour Totoro*, *Spirited Away* and *Howl's Moving Castle*.

Unfortunately for Studio Ghibli, and Japan's creative industry at large, this was not their project. The US company OpenAI was showing off its newest image-generation application. All users had to do was upload a photo or type out a description of what they wanted to see, and a picture would appear.

Ghiblification, as it became known, sparked accusations that AI was both undermining a uniquely distinctive art form and failing to compensate creators. Responding to criticism, OpenAI insisted that it did not allow image-generation in the style of "individual living artists", but did permit "broader studio styles".

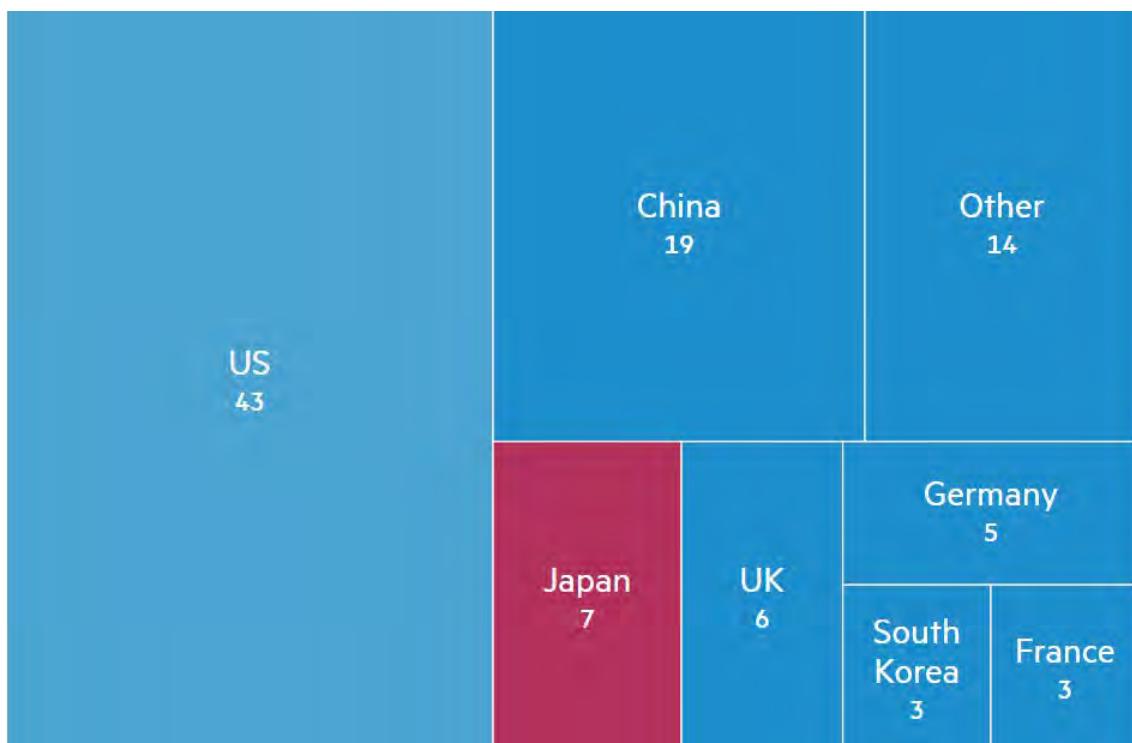
In Japan, the furore was especially fierce — underlining how the country risked losing control of one of its most valuable creative assets when it was more popular than ever.

In the past few years, Japanese anime (a shortened transliteration of the English noun “animation”) has shifted from niche fandom to one of Japan’s most potent vectors of soft power.

Its estimated 800mn fans include sports stars, musicians and even politicians. The US NFL player Jamaal Williams and the rap artist Megan Thee Stallion have advertised their love for series such as *Naruto* and *Pokémon*. Shigeru Ishiba, Japan’s premier, once dressed up as the villainous Majin Buu from *Dragon Ball Z*, the latest instalment in a long-running franchise.

Japan's content industry ranks third globally, after the US and China

Global content market, by share (%), 2022 estimate)



The global market for anime is now expected to almost double from \$31.2bn in 2023 to \$60.1bn by 2030, the investment bank Jefferies wrote in a 2024 report.

“This could be the peak of Japanese pop culture,” says Matt Alt, author of *Pure Invention: How Japan Made the Modern World*.

After anime series became surprise hits on Netflix and other streamers during the pandemic, international studios have seen the appeal of its extensive back catalogue of characters and plot lines, not least as superhero franchises have foundered. Global private equity firms are hungry to buy Japanese entertainment companies and the valuable IP they possess.

But as the popularity of anime and manga — the comic books from which many anime characters and stories are derived — grow, Japanese studios and the country’s government are increasingly concerned that financial value is disappearing overseas.

“What we are starting to see from the anime companies is an awareness that the production and distribution side of the industry is inefficient,” says Roland Kelts, the author of *Japanamerica: How Japanese Pop Culture has Invaded the US*. “The middle men are making a lot of money, but that isn’t trickling down.”

While perhaps 90 per cent of gaming sector sales are captured by Japanese companies, for anime studios the figure is less than 10 per cent, according to Japan’s Ministry of Economy, Trade and Industry, using estimates by Humanmedia, a media analysis group, and the Association of Japanese Animation. Distributors, streaming platforms and merchandising companies all take a slice of the pie. Illegal downloads of titles is also a huge problem.

Adding to the challenge are problems inside Japan’s animation industry. Traditional anime is punishingly expensive to produce: according to an estimate by the Yoyogi Animation Academy, it might take a production team of 100 people two months to produce a single 30-minute episode, at a cost of ¥20mn (\$140,000).

Studios have been criticised for poor pay and exploitative working practices for both animators and actors. As in many other creative sectors, AI could help streamline laborious production processes, but is also perceived as a threat.



Celebrate Studio Ghibli – Official Trailer – includes *My Neighbour Totoro*, *Spirited Away*, *Howl's Moving Castle*, *Princess Mononoke* © Studio Ghibli/YouTube

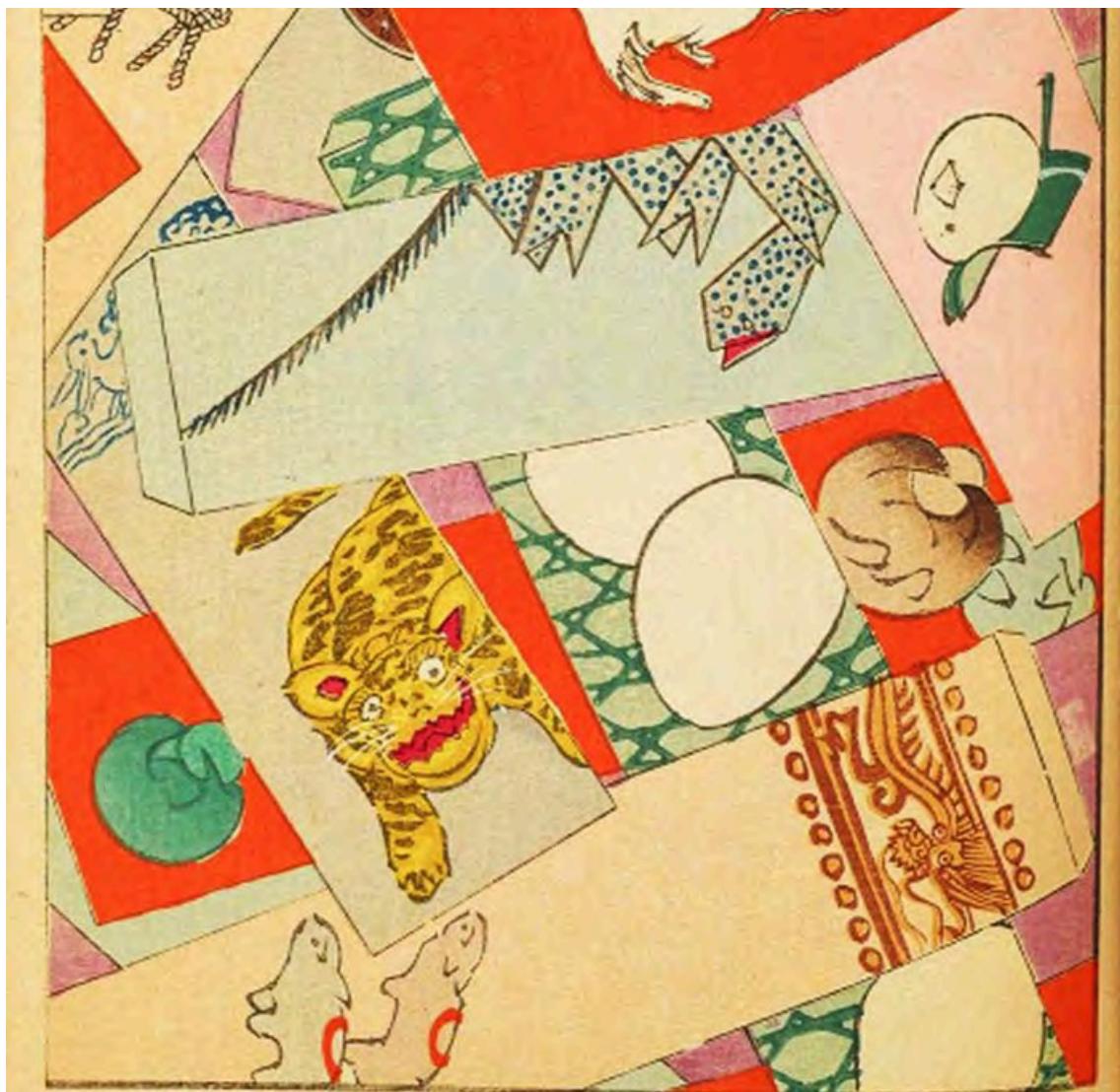
“The strength of Japan’s IP and anime is being recognised around the world,” says Keiji Ota, who boasts the remarkable title of “chief Godzilla officer” at Toho, one of Japan’s largest cinema chains and a major studio, and is responsible for looking after the rights to its most prized fictional character. “Right now how to expand overseas is the biggest challenge.”

The Japanese content industry — including gaming, publishing, movies TV and animation — saw overseas sales triple during the past decade, to an estimated ¥5.8tn in 2023.

“The export value of the content industry is bigger than the steel, petrochemicals and semiconductor sectors,” says Minoru Kiuchi, the country’s economic security minister and the man now in charge of its anime and manga strategy. The government now wants to push even harder, Kiuchi says, increasing overseas content sales to ¥20tn by 2033.

Yet previous efforts to reap the proceeds domestically have struggled. In 2013, the government launched an initiative called Cool Japan, which funded an ill-fated anime streaming platform called Daisuki that aimed to rival the likes of Netflix.

Cool Japan has been relaunched multiple times — most recently last year, with greater emphasis on subsidising better working conditions, combating piracy and promoting overseas expansion.



Vintage pen-and-ink Japanese illustrations. Manga and anime have a long history, influenced by 12th-century pictographic scrolls, 19th-century political cartoons and 1930s visual propaganda © Alamy

For Japan, a country with an ageing population that has long been stuck in a cycle of deflation, the pressure to monetise a genuinely successful homegrown product is tangible.

“Japanese companies and creators have not benefited sufficiently from overseas expansion,” says Hiroyuki Karasawa, general manager of the consumer business at Mitsubishi Corporation, which is itself plotting a major push to broaden the audience for Japanese IP. “Both market growth and equitable returns remain key challenges.”

Manga and anime have a long history — perhaps even hundreds of years old. Some suggest they are descendants of pictographic scrolls that emerged in the 12th century; others relate them to late-1800s political cartooning or the wartime propaganda of the 1930s. But they came into their current form in the postwar period, which saw the invention of hugely popular characters such as Astro Boy, created by the animator Osamu Tezuka and who debuted in 1952 in a manga series that generated three anime series.

The 1980s brought Dragon Ball and Akira, respectively telling the stories of a superhuman teenager training in martial arts and biker gangs colliding with psychic forces in a cyberpunk Tokyo. In the 1990s came Sailor Moon, which narrated the story of a schoolgirl attempting to save the universe. Major hits in the 2000s were Naruto and One Piece, which became the bestselling manga series of all time.



Young visitors to the Doraemon exhibition in Hong Kong. Doraemon is a male robotic cat that travels back in time from the 22nd century to aid a pre-teen boy named Nobita Nobi

Once pigeonholed as a product of geek or otaku culture, manga and anime are now popular across Japanese society. On the Tokyo subway, dark-suited salarymen are as likely to be reading *Jujutsu Kaisen*, the story of a high school student who becomes a sorcerer, as the teenager beside them.

But it took a pandemic to unleash their global potential. Netflix had included anime titles for over a decade, but as streaming exploded, the genre surged in popularity. With series sometimes numbering scores of episodes, it offered new fans the chance to dive into fantasy worlds for days at a time.

“While gaming and the gaming industry found success from the 80s, in the world of anime and manga it is much more recent,” says David Macdonald, an independent media consultant. “It has only really started to click in the last five or 10 years.”

“There’s no doubt that things have changed dramatically,” Takuto Yawata, an executive at Disney, said in an interview with online publication Mantan Web last year. “Japanese anime is now in its golden age.”

A major force in this international expansion is Crunchyroll, a streaming service that began life as a pirate site in San Francisco in 2006. After being acquired by Sony in 2021, it is now central to its parent’s strategy. It licenses a significant share of newly produced Japanese anime and distributes more than 2,000 titles to more than 200 countries.

One appeal for studios is anime fans’ passionate devotion. According to the company’s figures, half of Crunchyroll’s 15mn-plus subscribers watch anime every day; more than 50 per cent follow dedicated social media groups, forums and YouTube channels. Audiences trend young: most of Crunchyroll’s users are Gen Z or younger millennials. An impressive 82 per cent buy merchandise.

“Outside of Japan and China, our research shows that there are 1.5bn people that consider themselves anime-curious or anime-interested,” says Rahul Purini, Crunchyroll’s president. “When Japanese creators see that, obviously, their negotiation position becomes stronger.”

For the past decade, many of the world’s biggest private equity investors have been hunting for opportunities in Japan. Some have looked at breaking up old industrial companies; others have hunted for treasure in real estate. But Atsuhiko Sakamoto, head of PE in Japan at US asset manager Blackstone, saw value elsewhere.

Commuting between Osaka and Tokyo, Sakamoto observed a growing number of people reading manga — not in traditional hard-copy form, but on iPads and other devices. “About three to four years ago, I started noticing people are reading digital comics,” Sakamoto says.

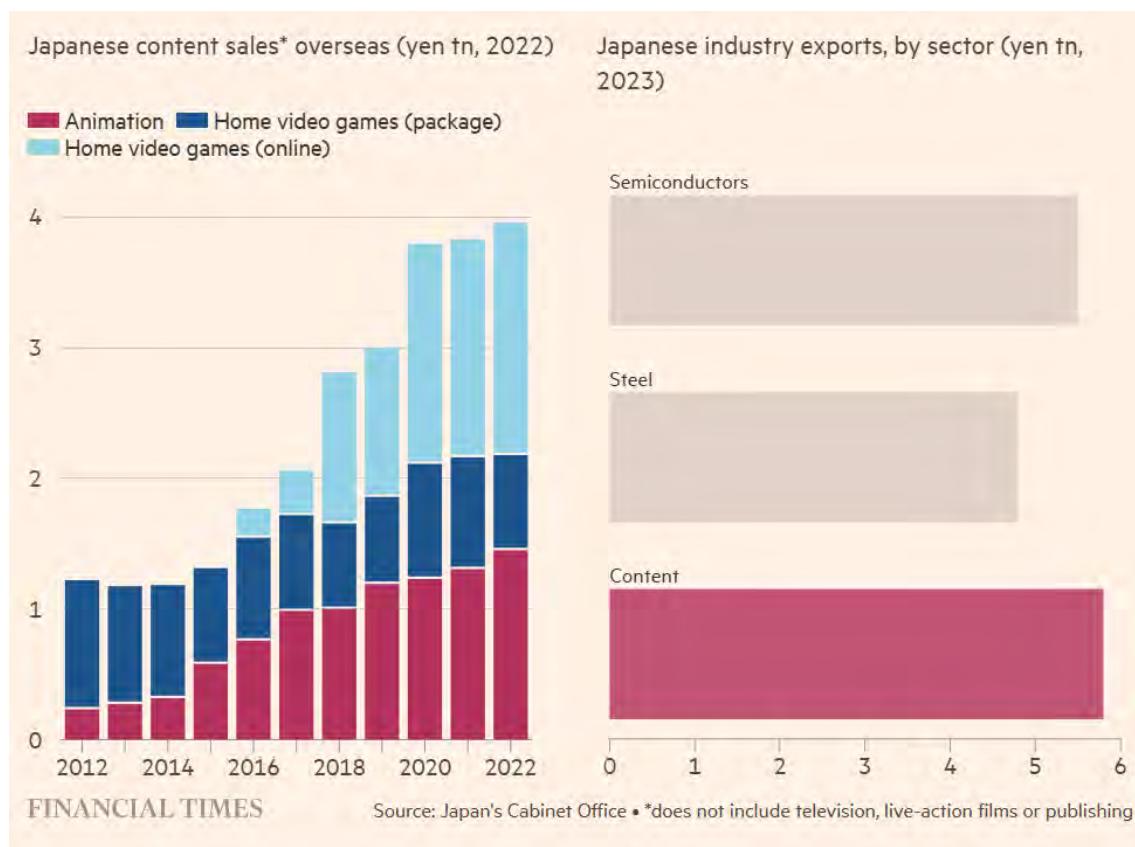
Last year, Blackstone agreed to pay \$1.7bn for a business, Infocom, that included a hugely popular manga publisher and distributor, aimed primarily at female consumers over the age of 30 — one of the largest PE transactions in Japan in 2024.

Alongside its user base (defined by Takashi Kodama, its new chief executive, as women who are “totally unsatisfied with their romantic story in real life”), Blackstone also got access to the company’s back catalogue of 120,000 titles, a gold mine of precious IP.

“Almost 70-80 per cent or more of big-hit content in Japan is based off of manga,” Kodama explains. “Unlike Disney, where everything starts from the movie . . . here in Japan, everything starts from manga.”

Rebranded as Amutus, the company’s plan is to commission and buy in new titles in genres like science fiction and fantasy, and expand internationally via translation.

Japan’s anime industry is driving its content industry, which is now bigger than steel or chips



“Ninety per cent of the business today, we distribute other people’s content. We only control 10 per cent. We want to double that over the course of the next three years,” says Sakamoto. “That will open opportunities for us to partner with animation studios.”

Amutus is hoping that its digital store will be easy enough to use that fans will pay rather than risk downloading pirated titles, and hopes to deploy algorithms to customise offerings to users’ tastes. Meanwhile, Crunchyroll is adding manga to its own app.

For anime studios, where production and distribution are more complex and expensive, the strategy is different. To reach an international audience, they currently rely on deals with major distributors and streaming platforms, meaning that they surrender a portion of the returns. Even bigger Japanese companies like Toho face the same issue.

“Up until now, we just had a strategy to sell the master licence and that was that. You’d get a big amount of money at the start, and that would be it,” says Ota, who is also Toho’s head of anime. “We had no idea how much anime and merchandise was being sold in which countries and regions. But going forward, our strategy is to have our overseas team agree licensing deals for each region.”

Some content owners are exploring how to supply a number of different platforms at once, hoping to increase its visibility. “Content won’t spread and will only be seen by those subscribers if it’s monopolised by one platform,” Ota adds.

Building homegrown Japanese platforms that have international reach will be challenging, concedes Kiuchi, the minister. Instead he and his team highlight partnerships such as those between the Anime Times channel, a collaboration between various Japanese studios, and Amazon Prime.

“If we could develop our own platform that’s welcome, but that could be difficult,” Kiuchi says. “We want to use and exploit the strength of streaming platforms and then add value through merchandising and events.”

The hope is that fan events, theme parks, games, advertising and merchandise can be exploited, both abroad and by encouraging international fans to visit Japan.



Fans browse manga comics at a Tokyo café in 1999. Twenty-six years on, the stories are increasingly read on iPads and other devices © The Asahi Shimbun/Getty Images

Purini at Crunchyroll points out that merchandise — anime figurines, costumes and much more — is important but complex. Traditionally it, too, is hard to monetise. “You make a figurine . . . and if it gets sold to a consumer for \$100, the retailer is only paying approximately \$50 wholesale for that product. The value that comes back to the creators in that case is 10 per cent or less.”

Anime studios are exploring direct sales and setting up their own websites. Toho is also planning to open cafés inspired by popular anime characters, and exploring the idea of theme parks overseas.

And there is hope that fiercely competitive studios can become more nimble and collaborative. Traditionally, anime titles were funded by “production committees” made up of external investors — a model that made it hard to negotiate rights deals.



A still from 'Demon Slayer', one of the anime series that became surprise hits on Netflix and other streamers during the pandemic © TCD/Prod.DB/Alamy

“A lot of this content was made through production committees when it made sense to share risk,” says Macdonald. “But it made working out how to distribute and merchandise much more complicated.”

Instead, anime studios are increasingly willing to take on more financial risk themselves, meaning they need fewer partners per project, say analysts.

While anime receives most of the attention, it is far from the only valuable IP that Japan possesses. Toho may own plenty of anime, including megahit *My Hero Academia*, but it has another, far more famous, property: *Godzilla*.

Originally the star of a 1954 live action movie, *Godzilla* has since been reincarnated nearly 40 times — most recently in 2023's *Godzilla Minus One*. It not only won critical plaudits and an Oscar for Visual Effects (the monster's first), but made \$115mn at the box office, vastly more than the \$15mn that it cost to produce.

It was also the first *Godzilla* movie to be distributed internationally by Toho, meaning that the studio retained more of the profits. "The business is big . . . but when it comes to the IP and character business, this hasn't been done at all both domestically and abroad," says Ota. "This is important IP, so we want to make this much bigger."

The next steps for the Japanese creative industry are hard to predict. The government hopes it can finally get its strategy right, using its funds to promote content and asking trade representatives to take anime as seriously as cars and semiconductors.

But some analysts think these initiatives fail to target the sector's real issues, such as a shortage of labour and poor wages.

"There is brilliant talent rising through . . . but at the bottom of the industry there is a lot of burnout," says Rayna Denison, an academic at the University of Bristol and author of *Studio Ghibli: An Industrial History*.

"Creators are ageing. We need to make new creators here. Otherwise, China and others will start to make the creators," admits Kiuchi.

One possible solution is consolidation, whereby bigger entertainment companies would streamline the dense network of competing studios, producers and distributors. This would allow for more efficient production and boost negotiating power, say analysts. And if AI can be harnessed to speed up production and reduce costs, studios could be more profitable.

"Consolidation is happening but we have to see how this first wave goes. Nobody knows how this will play out," says Alt.

If Japan succeeds in boosting the economic clout of its entertainment industry, then anime, manga and other sources of valuable IP could help offset the effects of the country's declining population and vulnerable industrial base.

If it fails, it risks falling behind other Asian rivals, most obviously South Korea and China, whose own homegrown movies and series are increasingly popular overseas.

"It would be wise for Japanese companies to think about how they will respond to Asia producing media similar to how they have done in Japan," says Denison. "More competition means it is harder to make profit."

May 8, 2025 4:18am PT

Warner Bros. Discovery Adds 5.3 Million Streaming Subscribers in Q1, Narrows Loss

By **Brian Steinberg**



HOLLYWOOD, CALIFORNIA - JUNE 12: David Zaslav attends the Los Angeles premiere of Warner Bros. "The Flash" at Ovation Hollywood on June 12, 2023 in Hollywood, California.

Warner Bros. Discovery said its first-quarter loss narrowed from the year-earlier period as it added more than 5 million subscribers to its streaming services around the globe. Even so, the company had to contend with dips in all of its traditional streams of revenue, including advertising and distribution, more evidence it continues to grapple with a difficult operating environment for the media sector.

The owner of the TNT, TBS and CNN cable networks and the Max streaming service said its net loss came to \$453 million, compared with \$966 million in the year-earlier period. Revenue in the first quarter fell 10% to \$8.97 billion.

In a letter to shareholders, the company said it was seeing new momentum from the shows it has created, including "The Pitt" and "The Last of Us," but noted that "our first quarter film slate underperformed expectations" and that its TV networks faced a "challenging and uncertain environment."

Revenue fell 7% to \$4.7 billion in the company's largest business, its TV networks. Warner Bros. Discovery said ad revenue fell 12%, while distribution revenue was off by 9%. The company cited declines in audiences at its networks for the downturns.

Revenue from the company's production studios fell 18% to \$2.3 billion, largely due to a year-earlier quarter that included theatrical releases such as "Dune: Part Two" and "Godzilla x Kong: The New Empire."

Streaming revenue rose 8% to \$2.65 billion, with fees from distribution and ad sales both increasing as new subscribers joined services such as Max.

DEADLINE

NEWS

Warner Bros. Discovery Grows Streaming Subs, Profit In Q1, Studio Revenue Takes A Hit

By **Jill Goldsmith** May 8, 2025 4:36am



'The White Lotus' HBO

Warner Bros. Discovery had a mixed first quarter with beats on streaming subs and profit, and an anticipated drop in revenue from the film studio, which has turned around in Q2.

Global linear advertising sales dipped 11% with ongoing domestic audience declines offset in part by better trends in sports and international.

The company ended March with 122.3 million global streaming subscribers, an increase of 5.3 million globally vs Q4 as it rolls out into new markets. Streaming posted a of \$339 million. HBO/Max has been on a roll with Mike White's *The White Lotus*, mediacal drama *The Pitt*, and video game-based megahit *The Last Of Us*.

Total revenues of about \$9 billion dipped 10%

Content revenues fell 25% on low theatrical with lower box office and home entertainment revenues hit. The company noted the stronger performance of the 1Q24 theatrical releases and carryover from the 4Q23 releases, as well as no games releases in the current year quarter.

A net loss of about \$500 million includes \$1.6 billion of pre-tax acquisition-related amortization of intangibles, content fair value step-up, and restructuring expenses.

Theatrical revenue decreased 27% ex-FX, as a result of lower box office and home entertainment revenues, partially offset by higher intercompany content sales. The decrease in box office revenue was primarily due to the strong performance of Dune: Part Two and Godzilla x Kong: The New Empire as well as higher carryover from the fourth quarter 2023 theatrical releases in the prior year. The decrease in home entertainment revenue was primarily due to the robust performance of Wonka and Aquaman and the Lost Kingdom in the prior year.

DEADLINE

HOME / BUSINESS / EXECUTIVES

David Zaslav Declares, "This Is The Strongest HBO Has Ever Been", Likens It To NBC In "Must-See TV" Era

By Dade Hayes May 8, 2025 7:20am



Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav, at right, with Jodie Foster at the HBO and Max post-Emmy reception in September 2024.

Tommaso Boddi/Variety

Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav believes "this is the strongest HBO has ever been" in its 53-year history, with a pop-culture mojo reminiscent of NBC's "must-see TV" era.

Speaking to Wall Street analysts on WBD's first-quarter earnings call, Zaslav saluted HBO and Max content chief Casey Bloys as a "generational talent," noting his senior leadership team has been together for 15 years. Coming off the success of *The White Lotus* and the current quarter's *The Last of Us*, WBD's shareholder letter and earnings release prior to the call foregrounded HBO.

When an analyst lobbed a softball over the plate – "how is HBO able to turn out so many standout hits like this?" – Zaslav pounced. "The idea of, it's not how much, it's how good is something we identified," he said. "We're not going to flood the zone. We want to be telling the best stories and we want to also be taking advantage of all of the great quality content

over the years, like Game of Thrones and come out with House of the Dragon."

WBD ended the quarter on March 31 with 122.3 million global streaming subscribers, an increase of 5.3 million over the prior quarter as it rolls out into new markets, recently launching in Australia and Turkey. The streaming growth was offset by notable declines in the traditional business, including an 11% year-over-year drop in linear advertising.

Zaslav, a onetime attorney whose climb up the media industry ladder began at NBC in 1989, said anticipation around each HBO episode drop recalled the "must-see TV" era at his alma mater. "HBO is a different model for storytelling" than Netflix, he said, without identifying the binge-release streamer by name. "We do it very similar to when I was at NBC with must-see TV, whether it's Sunday night or Thursday night or Monday night, it becomes a cultural happening. ... That's part of a philosophy at this company of great storytelling with a shared experience."

(For all of Zaslav's nostalgic revisionism, the tenures of HBO leadership extend back to a very different time. Recent corporate parents, first AT&T and now WBD, differ in notable ways from the old Time Warner. Former Time Warner CEO Jeff Bewkes came up through HBO and structured the company in a way that protected the network from broader financial ebbs and flows. Even as it was forced to participate in the disastrous AOL merger, HBO was also reinventing TV with *The Sopranos*, *Sex and the City*, *The Wire* and other series.)

The week-by-week release strategy – which Bloys also advocated for this week at an L.A. conference – also "makes stars," Zaslav said. "People feel that they really get to know people in a way that's different than just watching eight episodes in eight hours on a Sunday afternoon."

The exec continued, "More and more, that's the future of Max, is quality, quality, quality. And that's why I think we're seeing a lot of the growth, and that's why we think we have a great future."

THE WALL STREET JOURNAL.

English Edition ▾ Print Edition | Video | Audio | Latest Headlines | More ▾

Latest World Business U.S. Politics Economy Tech Markets & Finance Opinion Arts Lifestyle Real Estate Personal Finance

BUSINESS MEDIA

Paramount Notches Streaming Growth, but Revenue Drops

The company, which is looking to merge with Skydance Media, said its revenue grew after stripping out the Super Bowl that CBS broadcast last year

By *Isabella Simonetti* May 8, 2025 4:03 pm ET



Paramount is preparing to merge with Skydance Media, a deal that is currently under federal review.

Key Points

- Paramount+ added 1.5 million subscribers, bringing the total to 79 million worldwide.
- Overall revenue declined 6% to \$7.19 billion, but grew 2% excluding the Super Bowl broadcast in 2024.
- Paramount is preparing to merge with Skydance Media, awaiting FCC review, expecting closure in H1 2025.

Paramount Global saw gains in its streaming business, but its overall revenue declined compared with the same period last year when it televised the Super Bowl.

The company, which is home to CBS PARA 0.95%increase; green up pointing triangle, Comedy Central, Nickelodeon and its namesake studio, reported the results from its first quarter this year while it seeks to merge with Skydance Media.

The results

The Paramount+ streaming service added 1.5 million subscribers during the quarter, bringing its total number of subscribers to 79 million around the world.

Revenue in Paramount's streaming, or direct-to-consumer, business increased by 9% from the same period the previous year. The business's advertising revenue fell by 9%, but the company said this was largely due to the Super Bowl comparison.

Across the company, revenue fell by 6% to \$7.19 billion. Excluding the Super Bowl, which CBS broadcast in 2024, the company said that revenue grew by 2%.

Filmed entertainment revenue increased by 4% to \$627 million. For the increase, Paramount cited the box-office success of movies including "Sonic the Hedgehog 3" and "Novocaine." But revenue from theatrical productions declined.

Television media revenue also dropped. Paramount said its television media revenue decreased 13% largely because it broadcast the Super Bowl in 2024.

Television advertising revenue declined 21%, but the company said it was flat excluding the Super Bowl.

The outlook

Paramount is preparing to merge with Skydance Media. The deal is under Federal Communications Commission review. The company said it expects the transactions to close in the first half of 2025.

It has also been discussing a settlement of President Trump's \$20 billion lawsuit against its CBS News division over a "60 Minutes" interview with then-Democratic presidential candidate Kamala Harris, but The Wall Street Journal has reported the sides are far apart. They began mediation talks recently.

Media and entertainment companies generally are bracing for a potential economic slowdown that might affect their businesses.

Write to Isabella Simonetti at isabella.simonetti@wsj.com

Media

UK becomes world's biggest unscripted TV exporter

British formats accounted for about a third of all new TV adaptations worldwide last year



Older programmes such as 'MasterChef' are also popular with dozens of active versions worldwide

Daniel Thomas MAY 8, 2025

The UK has cemented its position as the biggest exporter of unscripted television formats, such as MasterChef and The Voice, underlining the importance of homegrown intellectual property as overseas rivals circle ITV's production business.

The UK increased its number of overseas adaptations of homegrown formats by 18 per cent last year after several years of decline, according to data provider K7 Media, making it the only top five exporter to record growth.

Exported British formats accounted for about a third of all new TV adaptations worldwide in 2024. The year before, the UK's market share was about a quarter — just slightly ahead of the US.

Newer formats such as The 1% Club — made by BBC Studios — and The Piano — by Fremantle — continued to sell strongly, K7 Media said, while older programmes such as MasterChef and Who Wants to Be a Millionaire? also had dozens of active versions worldwide.

ITV Studios, the TV production arm of the UK media group, had another successful year with older formats such as *Come Dine With Me* and *Love Island* as well as *The Voice*, which K7 Media said had 29 local versions returning for new seasons. ITV Studios also created successful spin-offs of popular shows, such as a junior version of *The Voice*.

The data highlights the strength of UK TV production as the government draws up proposals to support the creative industries in its forthcoming industrial strategy this summer.

Overseas groups such as Banijay, the French TV company, and RedBird IMI, the US-based investor that owns All3Media, have considered offers to buy or merge with ITV Studios, which was the second-biggest distributor by volume of active adaptations in 2024.

“British TV has a history of success around the globe,” said K7 Media boss Keri Lewis Brown. “What we’re seeing now is the UK’s storytelling heritage, format innovation and global collaboration showing resurgence in a challenging climate and fast-changing world.”

Creating homegrown TV shows that can then be sold to other markets is a more sustainably lucrative business model than making shows for overseas rivals such as US streamers, which also make many programmes in the UK.

Many shows being exported from the UK are made by public service broadcasters such as the BBC and ITV, which have called on the government to support the creative sector to help it compete with larger US streaming platforms.

K7 Media said more than 50 UK-originated format adaptations were already confirmed for 2025.

Executives have raised concerns this week about the reliance on US money after President Donald Trump threatened to impose 100 per cent tariffs on films made overseas.

“Britain is once again setting the pace for unscripted television around the world,” said K7 Media’s Trang Nguyen.

The group said French formats had also continued to sell well, including *The A Talks*, where celebrities are interviewed by journalists with autism. Japan is emerging as a strong source of formats in Asia. These include the comedy game show *LOL: Last One Laughing*, which has been given a big boost by its rapid Amazon rollout across international markets.

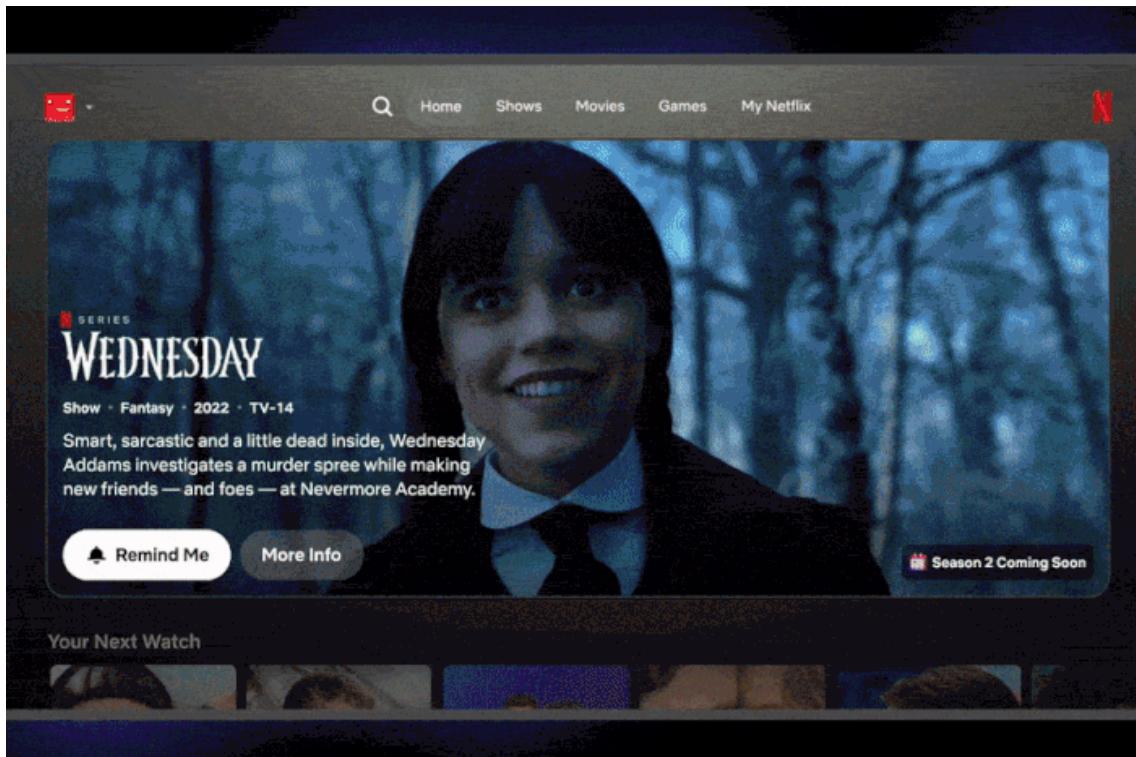
VULTURE



BUFFERING

Why Netflix Had to Redesign Its Homepage

By Eric Vilas-Boas MAY 8, 2025



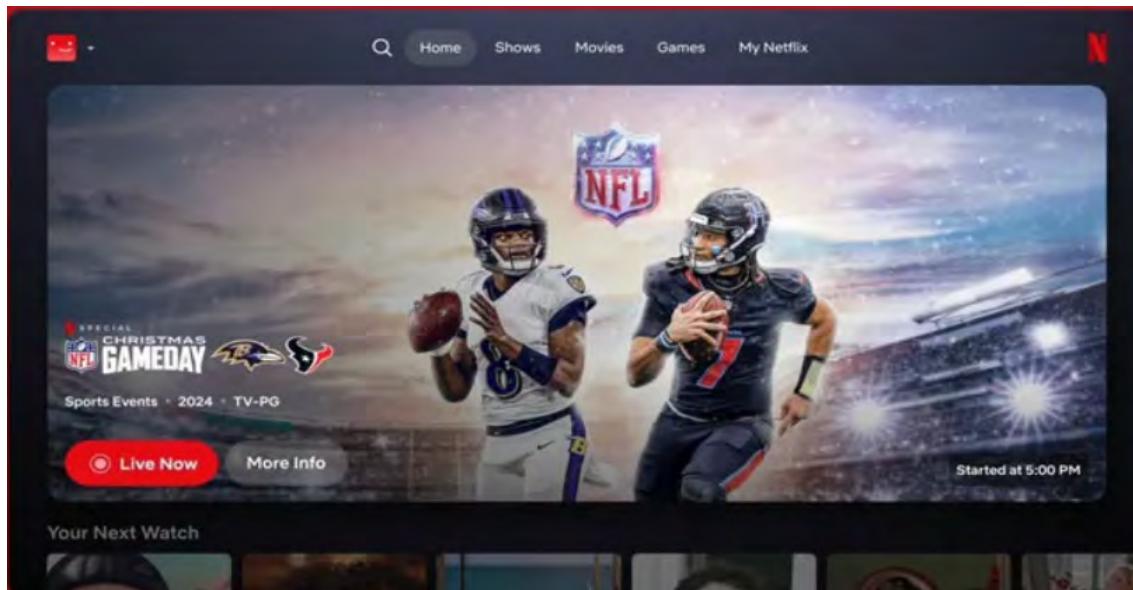
Time for a “new Netflix TV experience.” Video: Netflix

As Netflix’s star has burned brighter and brighter over the last 12 years — apart from a few blinks here and there — its industry-leading homepage has stayed pretty much the same. Its competitors copied it, and Netflix mostly focused on its algorithm and scrolling over major UX overhauls, at least when it came to main TV apps. That all changes starting next week. The dominant streaming service is getting a homepage makeover for the first time since Obama was president. “Our redesigned TV homepage is simpler, more intuitive, and better represents the breadth of entertainment on Netflix today,” said Eunice Kim, the company’s chief product officer.

In the coming weeks, expect to see automatic updates to both your Netflix TV and mobile apps that introduce new searching and navigation tools, as well as a redesigned user interface. Also announced are improvements to Netflix's recommendations engine and a generative-AI-powered beta program. Honestly, the majority of the changes feel long overdue — or at least in line with design trends we've seen other streamers deploy as they've tried to chase Netflix's subscriber-vacuuming success. Netflix is a much larger and very different company than it was 12 years ago, a platform that now must support video gaming, live programming, sports, and advertising in addition to films and TV. "Our current TV experience was built for streaming shows and movies," said Kim. "This one is designed to give us a more flexible canvas now and in the future."

We've seen a demo of all the changes coming, so let's take each of them one at a time:

→ **A splashier, more fluid homepage.** This will feel most immediately obvious: Netflix's top recommendation, the homepage's hero module, is now more prominent, with its corners rounded off in a tile instead of inset into the background. Now it floats, and the Netflix team says it can be switched up more dynamically, which makes sense for a company diving deeper into live events and sports; when HBO Max became Max, Warner Bros. Discovery representatives also pointed at flexibility — in that case, being able to quickly swap out content — as a key factor in their platform updates. Given that Netflix serves far more subscribers than HBO Max did a couple years ago, the changes were likely even more imperative.

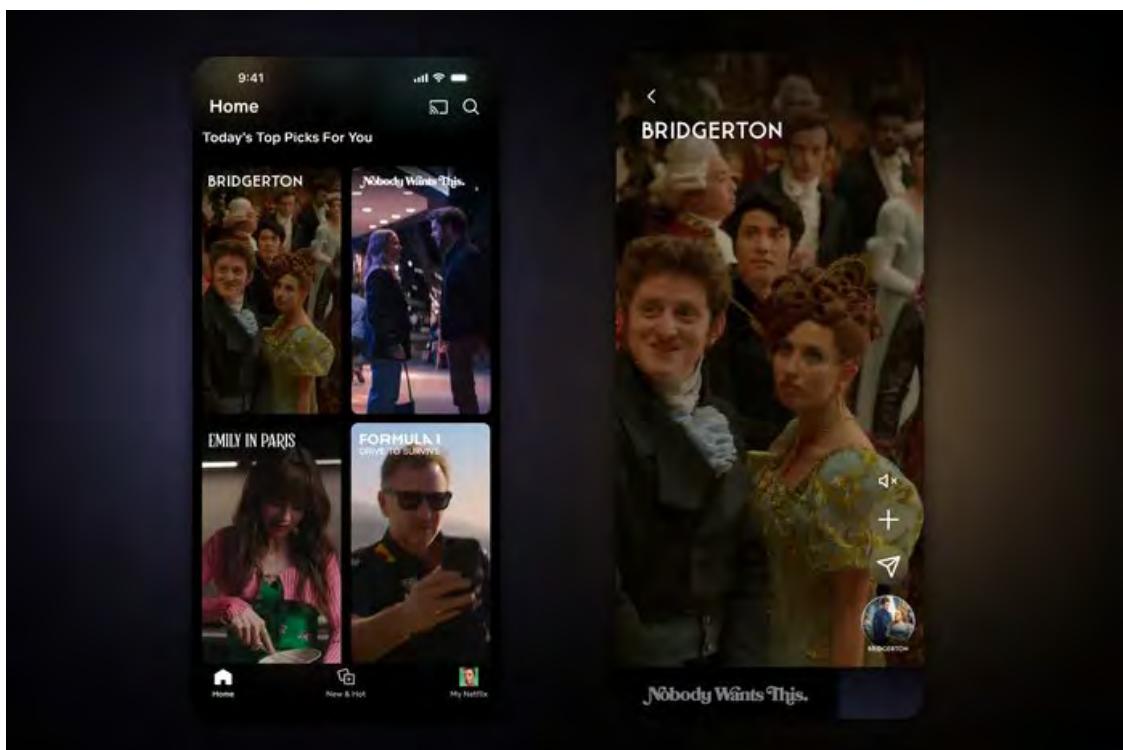


That floaty, rounded-off design sensibility carries over to the rest of the rows on the Netflix homepage. If you click through tiles, you'll notice new animation has been added throughout, with vertical posters popping out to reveal horizontal tiles (similar to Prime Video's most recent layout adjustments). Colors from the selected content tiles will also reflect into the background of the homepage, an attempt to further unify the experience.

» **Context on the content.** A lot more info shows up on every title's little tile now, with callouts like "Emmy Award Winner," "#1 in TV Shows," episode details, and season length. Some of it was already there, but it seems like a clear effort to give users a reason to stop and chew on a given option, instead of falling into the infinite scroll. It also feels like Netflix taking a page out of the playbooks of Peacock or even Plex or other niche streamers, which often include years, runtime, and even Rotten Tomatoes scores in the listing before a user clicks through.

» **Shortcuts up high.** Navigation buttons for movies, shows, games, and "my Netflix" have slid from the left-hand panel to a row at the top of your screen. Max actually made a similar change in its major overhaul in 2023, downplaying its side panel, but nowadays, on its TV app, the side panel has returned.

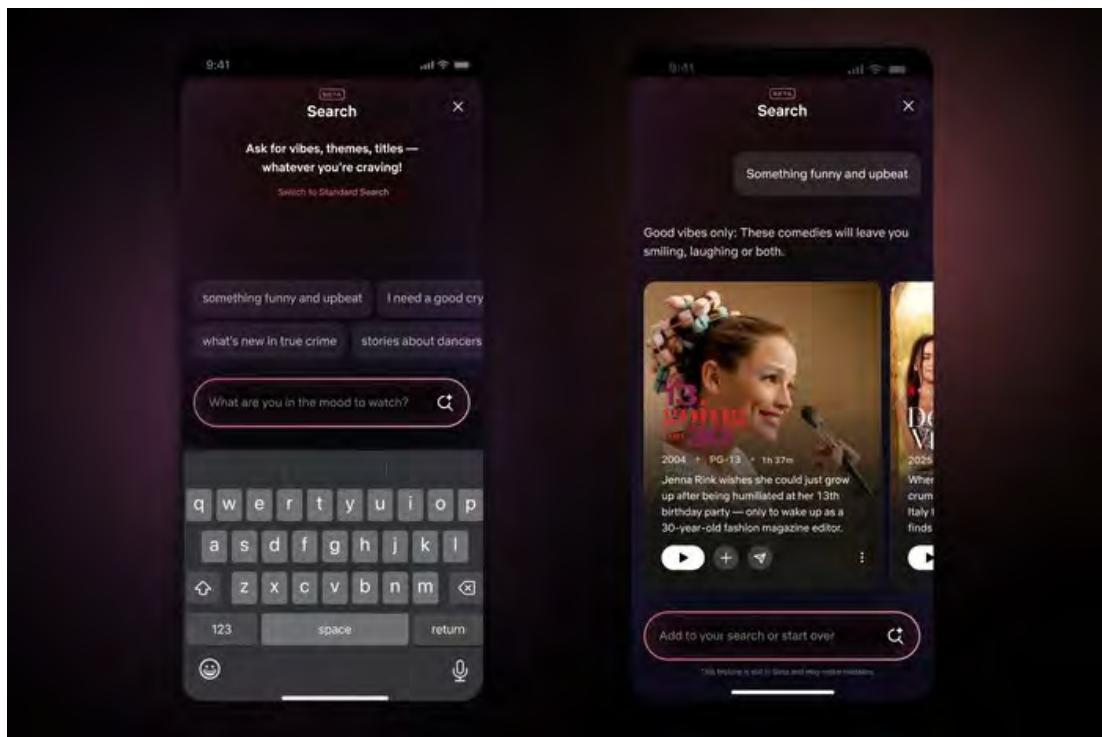
» **Allegedly better recommendations.** This has always been one of our bigger recurring gripes with the service, but the new homepage promises to be more "responsive" with what it recommends to users. Netflix's chief technology officer, Elizabeth Stone, acknowledges that while users' moods are difficult for their algorithm to game, their new recommendations "will pull in more signals." Shows that you give a thumbs-up, actors you search for, or trailers you watch on Netflix will all go into the algorithmic soup — and possibly quickly wind up as new rows of content that align with your browsing interests. "Everything will happen seamlessly in the background," Stone promises. "It will just be magically easier to find something to watch."



Ready to scroll Netflix's version of TikTok? Photo: Netflix

We'll see. The level of speed and sophistication Stone is talking about would represent a rapid acceleration from how the algorithm has functioned in the past, and is "something we've been pursuing really for a couple of years now," the company's co-CEO Greg Peters explained to the New York Times. Netflix's earlier version of its algorithm reportedly took a day to shuffle new recommendations into the mix.

» **On phones, a vertical video feed.** Finally? And yes, you can thank TikTok and Instagram for this. In the coming weeks, Netflix is going to be testing a new browsing experience for clips and trailers that users can scroll through on mobile devices. It'll be accessible from the mobile homepage and labeled "Top Picks for You."



"Ask for vibes." Photo: Netflix

» **Generative-AI searches.** If you want to search for stuff on Netflix the same way you'd search for stuff on ChatGPT (or Google, or ... Vulture), this may interest you. In the new beta Netflix is testing and rolling out to members this week, making prompts like "I want something funny and upbeat" or "I want something scary but not too scary and also maybe a little funny but not too funny" will apparently "actually yield results," Stone says. This feature will still be in beta (and opt-in-only for now) on its iOS app.

It's worth noting that Netflix has been hard at work on this redesign, referred to internally as "Eclipse," since late 2022, and testing the new homepage since last year. It was only a matter of when and what shape the new look would take. But in aggregate, the changes feel almost safe for streaming's erstwhile great disruptor.

They're either logical evolutions (a shinier and nimbler homepage, faster recommendation times), lessons learned from their competitors (content-tile details, nav-bar hopscotch), or obvious plays in 2025 (vertical video, a ChatGPT clone).

It may be the streamer's first big overhaul in over a decade, but it's not radical for a fully mature streaming company now competing against the likes of Amazon's Prime Video and Google's YouTube for streaming dominance and working to sell ads, spotlight games, and air marquee live events that don't break down. Netflix executives call the new homepage "snappier," but the specific changes reveal themselves as necessary, at least in their eyes — a bet on the company's long-term future.

VULTURE | TV | MOVIES | COMEDY | MUSIC | BOOKS | WHAT TO STREAM

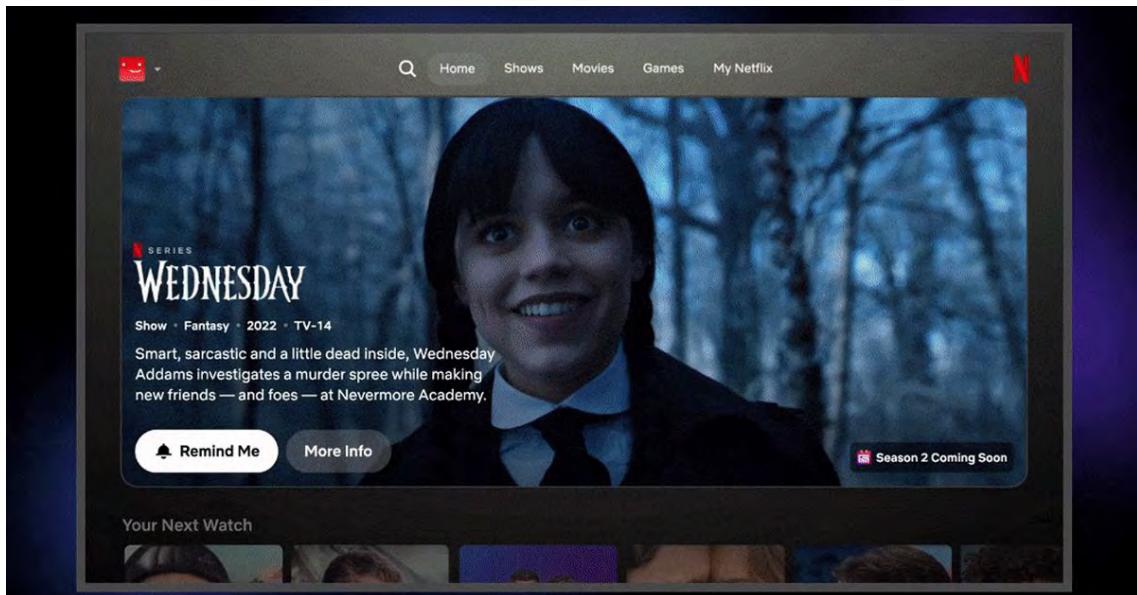




TV UPFRONTS

Here's What Netflix's New Homepage Means for Advertising

Netflix hopes members and advertisers are excited about its new homepage updates



Netflix reveals new homepage. [Netflix](#)

By Bill Bradley May 7, 2025

Social culture drives business results at Social Media Week May 12-14 in New York City. This is the social media conference you don't want to miss. [Register Now](#)

Attention, please. Netflix has an important Wednesday announcement—no, not that Wednesday.

Today, the Wednesday before Netflix's upcoming upfront event on May 14, the streaming giant revealed that it's in the midst of rolling out a new homepage in the next weeks and months, which the company calls a "simpler, easier, and more intuitive design."

And though the innovations don't immediately impact advertising, the company hinted that updates could be coming in the future.

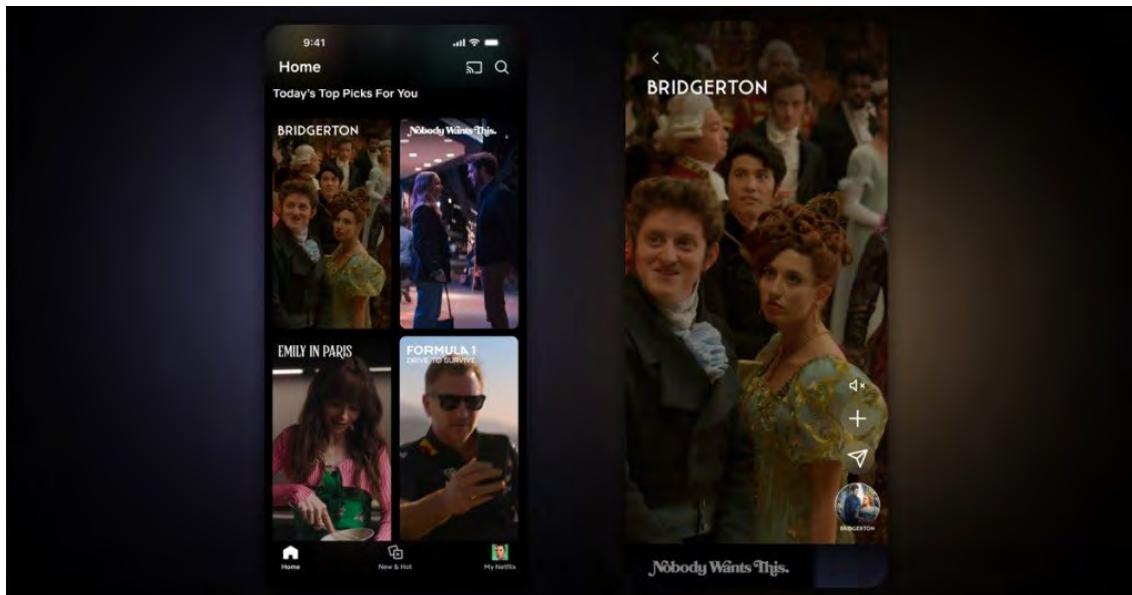
The updates...



A look at Netflix's new layout with navigation at the top of the page

Among the highlights of Netflix's announcements, the updated homepage will showcase new navigation at the top of the page and more visible shortcuts, more intuitive and responsive recommendations, and a cleaner (yet more informative) design.

Also, move over, TikTok. Netflix is now utilizing a global test on vertical video, letting viewers scroll through clips and videos from their mobile devices. With the innovation, users can tap to watch a show or movie, add it to My List, or share.



Netflix unveils new vertical video.

In addition, the company is looking to incorporate more AI into discovery and search, starting with an iOS opt-in beta going to users.

Beyond the look of Netflix, the company is also implementing updates on the backend through advancements in its Open Connect infrastructure, which allows the company to store show information on various servers to reduce internet traffic and increase speeds. Now, the company is utilizing AI capabilities to optimize how these files travel over the internet, fine-tune the streaming quality in real time, and compress video files to work on even slower networks.

The update should be a welcome announcement for any viewers who ran into streaming issues with Netflix's live Jake Paul vs. Mike Tyson boxing match.

So what does all this mean for advertising? Not much... for now

At launch, both ad-tier users and ad-free members will have the same functionality across Netflix, according to Netflix chief product officer Eunice Kim.

“During this initial test, there won’t be any difference in the experience for our ads tier members and our non-ads tier members,” Kim said in a Q&A with the press on Tuesday. “Of course, we’ll always be learning and evolving as we go along.”

However, changes to the experience, as well as potential ad integrations, could be coming in the future.

Kim noted that the new experience gives more “flexibility to innovate and evolve the homepage in many different ways,” and the company believes that delivering a solid member experience “will ultimately drive lots of great outcomes for our advertisers as well.”

Additionally, despite the news coming shortly ahead of Netflix’s upfront event, Kim and chief technology officer Elizabeth Stone said the timing didn’t have much to do with the annual advertiser showcase. Instead, the company is simply trying to continually improve the user experience.

“We hope this makes both members and advertisers excited about Netflix,” Stone said.

Carolina Leconte de Netflix: “Con la inversión en México tenemos la certeza de continuidad junto a la opción de hacer más desarrollos”

Aliana González | 7 de mayo de 2025



Carolina Leconte

En entrevista exclusiva con PRODU Carolina Leconte, VP de Contenido para Netflix en México, ahondó en el alcance que tiene la inversión de US\$1.000 millones anunciada por la plataforma a inicios de este año. Estos recursos permitirán más desarrollos, construir contenidos sólidos, diversos y muy mexicanos, formar recursos humanos y tener la tranquilidad de que se podrá dar continuidad a esta iniciativa.

Se trata, afirmó, de un salto cualitativo entre lo que venía haciendo Netflix en México, a este momento.

CERTEZA DE CONTINUIDAD

“Esa inversión nos da la certeza de poder seguir invirtiendo en México. La idea es continuar con este ritmo vertiginoso de producción, para crear un slate que sea lo suficientemente sólido, que tenga variedad, diferentes tipos de voces, diferentes narrativas, diferentes géneros, diferentes contextos”, destacó.

Leconte explicó que estos recursos confirman la importancia que México y América Latina, tienen para la plataforma. El que se puedan desarrollar historias con profundidad, permite a su vez producir más contenido. Pero también, el contenido mexicano que han creado, ha viajado -y ha resultado una buena apuesta-, como el caso de Contraataque, El secreto del río o Los dos hemisferios de Lucca.



"Y no es que se esté haciendo este contenido para que viaje. Viaja, porque es contenido auténtico, que tiene una voz y tiene alma. Viaja porque a la gente le gusta eso. Son contenidos hiper mexicanos, y ese ADN que es la mexicanidad, la autenticidad, hace que la gente los abrace. Porque es una delicia ver algo que es tan real".

VIENEN GRANDES PRODUCCIONES

Leconte no quiso revelar la cifra de cuántas producciones se harán en un año, tras afirmar que hay muchas variables que intervienen al decidir cuáles y cuántas se realizarán. Pero sí adelantó que se está trabajando con algunas grandes producciones, del rango de Pedro Páramo o Cien años de soledad.

"Hay unas series que son realmente poderosas y yo siempre digo que el ser audaces, fuertes y sólidos no solo se trata de budget. Se trata de la narrativa y de las ganas de contar cosas distintas. Muchas de estas series requieren un presupuesto alto y estamos contemplándolo. La idea es hacer producciones que resuenen, que dejen algo a la audiencia", explicó, sin embargo, agregó que aún no puede dar títulos, aunque pronto sabremos sobre estas series de gran presupuesto.

TRES DESARROLLOS PARA PRODUCIR UNA SERIE

Comentó que muchos desarrollos no terminan en pantalla. Se puede necesitar tres desarrollos para lograr una buena serie. Explicó que también se han diversificado voces, pues hoy en día Netflix trabaja con tres veces más productoras que hace dos o tres años atrás.

"Estamos trabajando con muchísimas más productoras que antes", dijo, tras comentar que ésto se debe a que la industria se amplió, pero también a que se los permite el presupuesto y a que están confiando en nuevos talentos.

"Muchas veces estas nuevas productoras no están al frente de una producción, pero sí están acompañando a otras productoras a través de diferentes procesos. Así podemos empezar a crecerlas. Estamos siendo como muy rigurosos y muy juiciosos en darle voz y darle participación a nuevas figuras" comentó, tras explicar que la inversión que se anunció también les va a permitir programas de formación a nuevos talentos.

DIVERSIDAD PARA DISTINTAS AUDIENCIAS

"Es como una bola de nieve positiva. Entre más contenido y mejor contenido, de mayor calidad y variedad, la gente sabe que va a encontrar algo de lo que lo va a enamorar. Y ese es mi trabajo", dijo Leconte.

Recordó que hubo un momento de boom porque la realidad así lo exigía. "La gente tenía que ver contenidos y todos se dedicaron a hacer contenidos. Teníamos la fortuna, en un momento dado, en el que no importaba de donde venía el contenido, porque se consumía, porque era una realidad terriblemente compleja. Hoy día la gente volvió a la calle, tiene otras maneras de entretenérse y selecciona muy bien lo que va a haber. Ahora, lo que nosotros estamos haciendo es que tenemos contenidos para diferentes tipos de viewers".

Agregó que Netflix no es una compañía reactiva, por lo que no se guía por tendencias. "Es una compañía que tiene un compromiso con cada uno de los viewers. Por tanto, estamos tratando de tener un slate cada vez más sólido, bien hecho, con balance entre los diferentes tipos de géneros. Ese es un compromiso: que cada persona que llegue puede encontrar algo maravilloso que ver".

PRODU

EL PAÍS

CINE

Estados Unidos, el país con el que México ha coproducido más películas en el último año

El país latinoamericano ofrece, desde hace tres décadas, a las producciones extranjeras una tasa del 0% de impuestos



Fotograma de la película de Tatiana Huezo 'Noche de fuego'.

Patricia San Juan Flores México - 09 MAY 2025 - 06:00 CEST

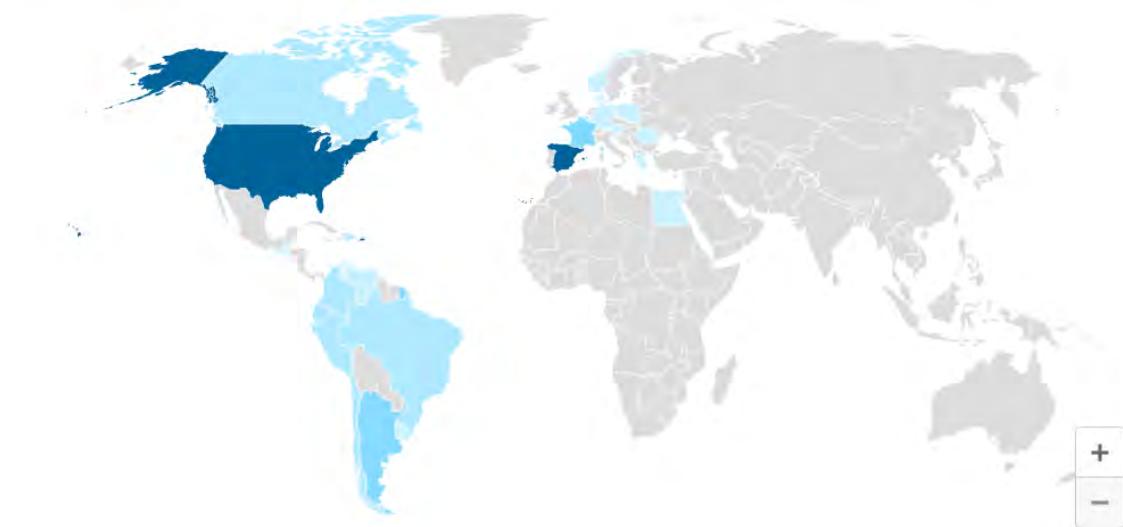
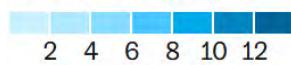
Las escenas filmadas en México no siempre se ven en colores sepia en Estados Unidos. Algunas veces la audiencia ve paisajes mexicanos sin sospechar que lo son, como ocurrió en la reciente película de Zoë Kravitz, *Parpadea dos veces* (2024). El thriller psicológico, que ocurre en una isla paradisiaca, fue filmado por completo en Yucatán y Quintana Roo.

La apertura comercial tras la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) de México, Canadá y Estados Unidos, permitió que más casas productoras miraran a los vecinos de Hollywood como una oportunidad. En 1996, los estudios Fox colocaban el escenario de *Titanic* en las playas cercanas a Rosarito y la película ganadora del Oscar llevó el sello mexicano en la cinta.

La guerra arancelaria de Donald Trump amenaza con quitar la oportunidad de que nuevas películas sean grabadas en otros países, ante la propuesta de que su Gobierno imponga impuestos del 100% a aquellas producciones que utilicen otros escenarios que no sean los estadounidenses. Esto ocurre bajo el ya clásico y modificado lema: “Hagamos Hollywood grande de nuevo”.

Países con los que México coproduce películas

Datos de 2024



En estas coproducciones pudieron participar más de un país

Fuente: Imcine. EL PAÍS

Estados Unidos es el país con el que más películas ha coproducido México en los últimos años, de acuerdo con los datos del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine). En 2024, al menos 21 películas utilizaron la colaboración de artistas de ambos países. La nación que le siguió fue España, con 12 filmaciones. Desde 2022, el número continuó entre 21 y 22 coproducciones con Estados Unidos. Incluso durante la pandemia, en 2020, el país que también estaba gobernado por Donald Trump, lideró la lista con 10 películas.

Entre las ventajas que anuncia la Comisión Mexicana de Filmaciones para las producciones extranjeras destaca la Ley del IVA tasa 0%. Permite a las empresas mexicanas estar exentas de impuestos al cobrar sus servicios cuando colaboran con empresas internacionales al usar espacios en México. Además del denominado Cuaderno ATA que autoriza que las producciones importen temporalmente sus equipos profesionales y muestrarios para realizar las filmaciones, sin que se les cobren impuestos.

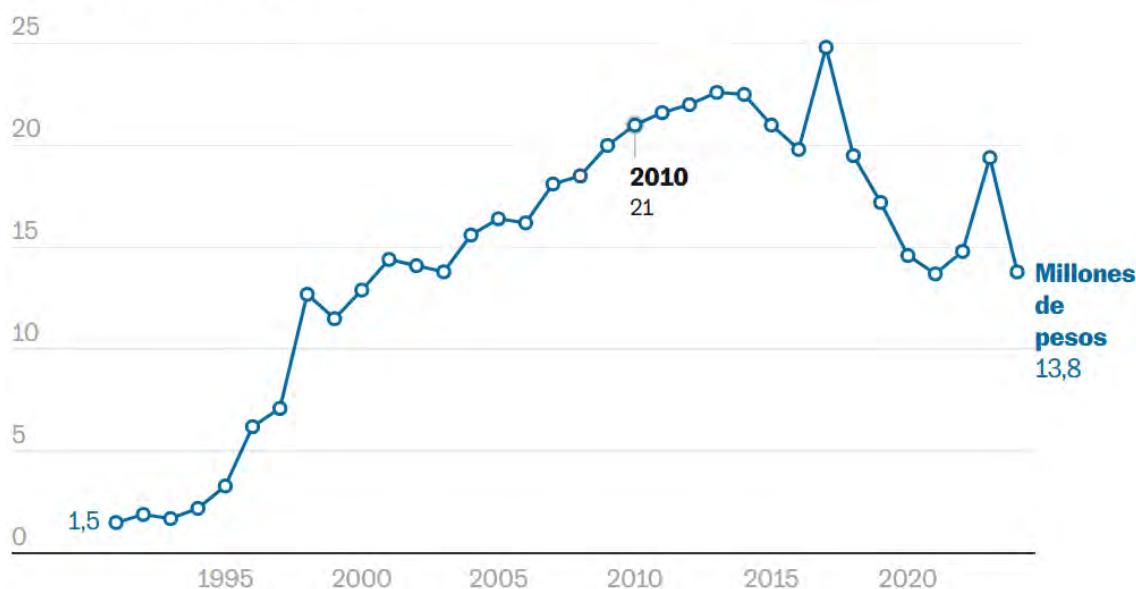
Producir parte o la totalidad de un filme en México acorta el costo de las producciones, no solo por los impuestos, sino que al contratar recursos humanos nacionales los salarios también son menores.

En Estados Unidos los sindicatos como el SAF-AFRA, que agrupa a actores y artistas de cine, radio y televisión, protegen a sus agremiados, con salarios estipulados o seguridad en el set. En México muy pocos integrantes de las casas productoras cuentan con beneficios similares.

Una película como *Nope* (2022), el thriller filmado en California, tuvo un costo de producción de 68 millones de dólares, (1.440 millones de pesos mexicanos), mientras *Avatar* (2022) costó 400 millones, (8.476 millones de pesos mexicanos a tipo de cambio del año), de acuerdo con el sitio especializado The Numbers. En Estados Unidos, los datos de las casas productoras no suelen ser transparentes por temas de competencia empresarial. En México, para el año 2022 el promedio fue de 14,8 millones de pesos y en 2024, de 13,8 millones de pesos.

Promedio del costo de producción de los largometrajes en México

Datos en millones de pesos



Fuente: IMCINE. EL PAÍS

La huelga del sindicato de actores de Hollywood de 2023 paralizó las producciones en actos de solidaridad de miembros de otras comunidades de artistas. El informe de FilmLA dio a conocer que en ese año los rodajes en Los Ángeles se redujeron un 15% y en 2024 volvió a bajar un 5%. En todo el país, la producción de cine cayó un 26% de acuerdo con ProdPro.

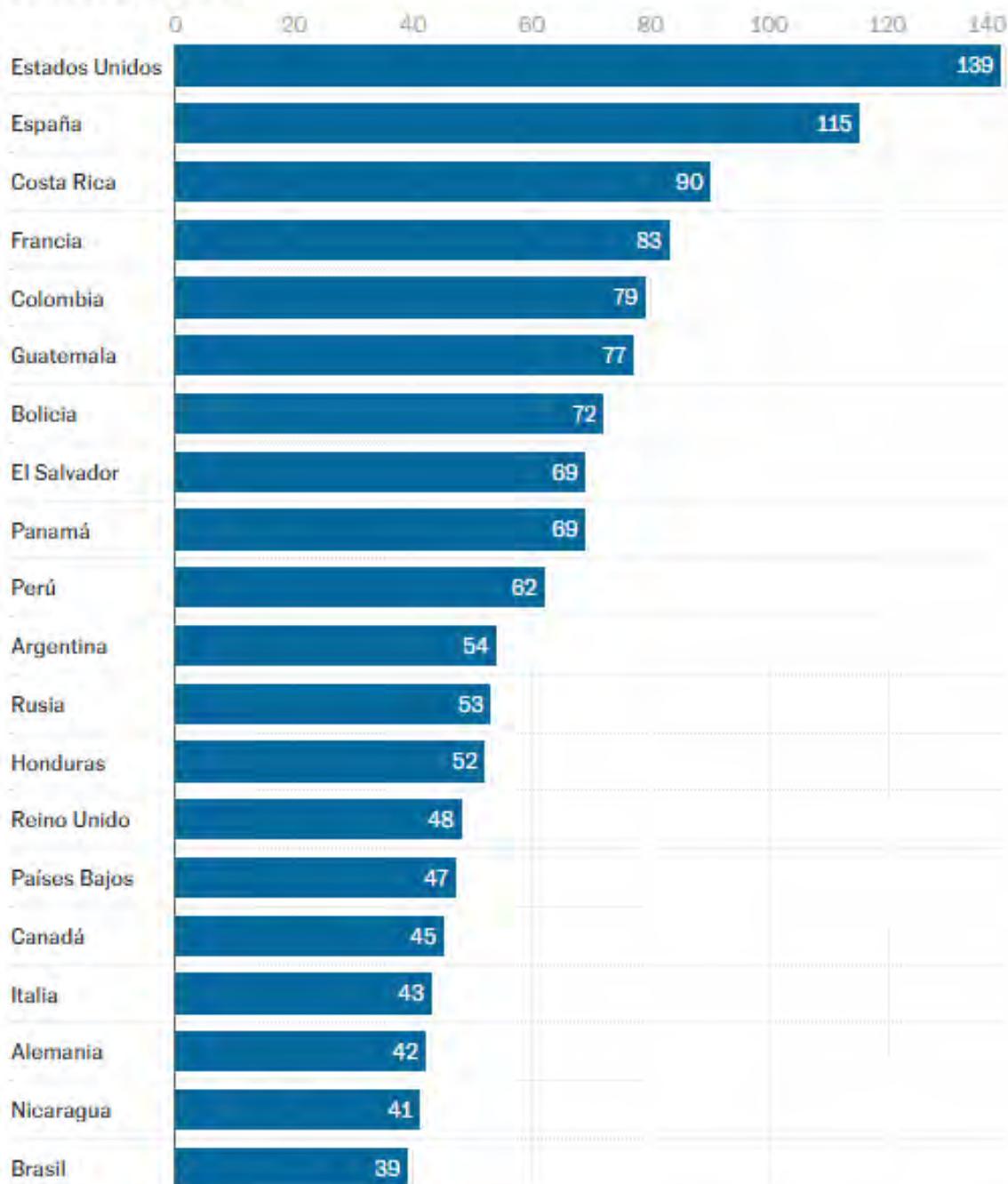
Sin embargo, México no es el destino prioritario de filmaciones extranjeras de Hollywood, los países que más perderían ante este planteamiento sería Islandia, que su Comisión Cinematográfica reportó en 2024 un incremento del 20% de filmaciones extranjeras. Seguido de Nueva Zelanda, conocido por los paisajes que dieron lugar al Señor de Los Anillos, y Corea del Sur, el cual incrementó su popularidad después del Juego del Calamar, producida por Netflix.

Las películas mexicanas en Estados Unidos

En el caso de los filmes mexicanos que son proyectados en el extranjero, los datos históricos señalan que entre 2009 y 2024 realizaron 139 exhibiciones comerciales en Estados Unidos, el país que le sigue es España y después Costa Rica, estos datos sin contar las presentaciones en festivales de cine internacionales.

Exhibiciones comerciales de filmes mexicanos en el extranjero

Datos de 2009 a 2024



Fuente: Comscore, IMCINE, EL PAÍS

Pero la tendencia parece empezar a revertirse. En 2024, Italia fue el país que más exhibiciones de cine mexicano tuvo en sus salas, con 11 presentaciones, seguido de Argentina y Reino Unido, con nueve cada uno. En quinto lugar, Estados Unidos con ocho exhibiciones.

Exhibiciones comerciales de películas mexicanas en salas internacionales durante 2024

Datos por país



[+ Mostrar 33 más](#)

Fuente: Comscore, IMCINE, EL PAÍS

Las empresas de streaming que más producen largometrajes en México son estadounidenses: Netflix, que en 2024 al menos rodó cinco largometrajes; Disney+ que produjo uno, al igual que Prime Video. En cuanto a las series, Netflix obtuvo el segundo lugar de las 68 producciones realizadas, con el 21% de ellas; seguido de Disney, con 19%; y Prime, con 15%.

Netflix, incluso, anunció en febrero de este año que incrementaría su inversión en el país por 1.000 millones de dólares durante los siguientes cuatro años. En el momento del anuncio, el director ejecutivo de la empresa, Ted Sarandos, declaró que para la empresa resultaba importante realizar trabajos con equipos locales para realizar las producciones.

Los aranceles de Trump ponen en entredicho el plan de México de lanzar incentivos nacionales

Andrés Suárez 08-05-2025 ©cveintiuno

Autoridades y productores mexicanos coinciden en que los dichos de Donald Trump de poner aranceles a las producciones realizadas fuera de Estados Unidos son una amenaza para el plan que impulsa el gobierno actual de introducir un cash o tax rebate a nivel nacional.



'La cabeza de Joaquín Murrieta', western mexicano de Prime Video

Los planes de México de lanzar incentivos de cash o tax rebate a nivel nacional se podrían ver amenazados si es que Donald Trump cumple con sus dichos de fijar aranceles a las producciones audiovisuales realizadas fuera de Estados Unidos.

El presidente de Estados Unidos sorprendió este domingo al anunciar que establecerá un arancel "del 100%" a las "películas hechas en el exterior".

Conforme han pasado los días, más detalles han ido emergiendo sobre esta iniciativa, que podría adoptar la forma de un impuesto del 120% equivalente a los incentivos que las producciones de cine o series reciban desde el exterior.



Avelino Rodríguez

México, a diferencia de muchos países, no cuenta actualmente con este tipo de incentivos a nivel federal, pero el país sí avanza hacia la creación de uno.

Los escenarios más optimistas hablan de que podría ser una realidad en 2026.

“No se prevé que para 2025 pueda haber un incentivo. Pero sí que se pueda incluir en la siguiente legislatura, y comunicarse en 2026. Esos son los tiempos”, dice a Cveintiuno Avelino Rodríguez, fundador de la productora The Lift y expresidente de Canacine

Ahora, sin embargo, todo ese esfuerzo y trabajo legislativo se ve amenazado.

Dentro de diversos sectores de la industria audiovisual mexicana se percibe que las declaraciones del presidente Trump van justamente dirigidas contra estas políticas fiscales.

“Es una respuesta a la política de incentivos fiscales que muchos países están utilizando para atraer producciones o servicios de VFX. Nosotros en México no los tenemos aún, pero estamos en pláticas para en un futuro tenerlo”, expresa Paulo Carballar, CEO de Dynamita Post, empresa líder en México dentro de la postproducción audiovisual.

“Y claro que ese tipo de amenazas puede afectar los planes”, agrega.



Paulo Carballar

A nivel oficial, México, vecino inmediato de Estados Unidos y el principal representante de la industria audiovisual en español, reaccionó con cautela ante los dichos del presidente Trump.

Desde su regreso a la presidencia, Trump ha mantenido un discurso hostil hacia el país, que mantiene una constante puja dialéctica a través de la presidenta Claudia Sheinbaum, que suele hablar de estos temas de forma pública en sus conferencias matutinas, conocidas como 'La mañanera del pueblo'.

Tras los dichos de Trump, la presidenta de México calificó de "fluida" la comunicación entre los países y evitó entrar a una confrontación directa sobre los aranceles a la industria cinematográfica, dejando simplemente una reflexión escéptica.

"Habría que ver cómo, en algo tan global como una plataforma digital, podría implementarse", expresó brevemente la presidenta antes de finalizar su conferencia.

Cveintiuno consultó a diversas dependencias gubernamentales mexicanas para profundizar lo dicho por la presidenta Sheinbaum pero, manteniéndose en la misma línea, señalaron que optarán por ahora por la prudencia y esperarán para ver cómo se desarrolla y oficializa el tema antes de pronunciarse.



Raúl Del Alto

Por ahora, se puede decir que todo el mundo se encuentra a la espera de un nuevo movimiento de un Donald Trump que ha rebajado la agresión inicial en las últimas horas y ha suavizado el discurso, asegurando que su intención no es perjudicar a la industria, sino apoyarla en un tiempo de crisis.

Desde el punto de vista jurídico, uno de los principales obstáculos para Trump sería justificar que la industria audiovisual extranjera representa un riesgo para la seguridad nacional, condición necesaria para que el presidente pueda imponer aranceles sin pasar por el congreso.

Entre sus argumentos, Trump ha señalado que los incentivos audiovisuales ofrecidos por muchos países a las producciones extranjeras constituyen una forma de competencia desleal, comparándolos con prácticas de dumping.

Raúl Del Alto, abogado especializado en la industria cinematográfica en México, señala sin embargo que la aplicación de un arancel a contenidos audiovisuales plantea enormes retos técnicos. Y que la complejidad se encuentra en la naturaleza intangible del contenido audiovisual.

“Un pasivo fiscal por recibir un apoyo de otro país sería algo difícil, porque tendrías que determinar cómo se va a aplicar este arancel. ¿Lo harías como un producto? Es decir, cuando una película entra a territorio estadounidense para consumo en Estados Unidos, no entra por un puerto, no está sujeto a tasarse como un bien físico y que le correspondan ciertas tarifas”.

Trump ha justificado su propuesta asegurando que busca frenar la “fuga” de empleos hacia otros países, donde producir es más barato. Sin embargo, De Alto considera que esto choca con la lógica narrativa de muchas obras.



Trump ha tenido varios conflictos con México desde su asunción

“‘Game of Thrones’ no hubiera sido lo que fue si la hubieran filmado en Texas o Nueva Orleans. Necesitaban esas locaciones específicas. No es por perjudicar a la industria norteamericana, es porque lo pide la historia”, explicó. “Si una película tiene como setting Puerto Vallarta, ¿cómo quieres que la grabe en Miami Beach?”.

Una versión filtrada del plan impulsado por el actor Jon Voight, de donde parece surgir la idea de Trump, propone aplicar los aranceles a películas que se podrían haber rodado en Estados Unidos, pero cuyos productores eligieron hacerlas en el exterior recibiendo incentivos.

En el caso de México, el país cuenta en tanto con un tratado de libre comercio activo con Estados Unidos y Canadá (T-MEC), que reconoce a la industria audiovisual como parte del intercambio comercial.



Eduardo Terán

Sin embargo, no existe un marco normativo claro que permita aplicar ni exceptuar formalmente este tipo de medidas arancelarias dentro del tratado. La falta de reglamentación específica dificulta que se tomen acciones inmediatas y genera un vacío legal que añade complejidad a la situación desencadenada por el presidente Trump.

Eduardo Terán, consejero administrativo de EFD Studios, señala en tanto que esta visión no toma en cuenta la lógica actual de las producciones globales.

“La realidad es que el contenido que están haciendo Netflix y otras plataformas aquí en México es para México y Latinoamérica. Y que cuando tienen que hacer algo para Estados Unidos, normalmente lo hacen allá. En EFD nuestros principales clientes son los americanos, pero curiosamente están llegando canadienses y europeos a raíz de esto”.

Un productor de un estudio en México con operaciones globales resaltó por su parte que en las producciones del país siempre se trabajan desde la narrativa y no desde el factor económico.

“Los contenidos de plataforma no se van a detener. Las plataformas buscan la cualidad que hace único al país. Eso aplica para México, pero también para India, Japón o China. Hay cosas que no se pueden reproducir en Estados Unidos”.

El mismo productor destacó el peso simbólico y cultural de México.



Juancho Cardona

"Es el país más grande de habla hispana, con más de 25 millones de mexicanos viviendo en Estados Unidos. Es punta de lanza en música, cine, política... Eso habla de la capacidad del país. Sí, puede convertirse en una crisis, pero no como para pensar que se va a acabar la industria audiovisual en México o en otras partes del mundo".

A pesar de las voces que llaman a la calma dentro del audiovisual mexicano, existe un sentimiento de crisis para productores que han visto una disminución notable en la producción audiovisual activa dentro del país. Y que esto podría agravar más la situación.

Juancho Cardona, director general de 11:11Films & TV, señala una desaceleración notoria.

"Hubo una sobreoferta de proyectos y una sobreproducción de contenidos que las plataformas no tuvieron la capacidad de promocionar o de estrenar en sus plataformas. Entonces, hay un contenido represado que ralentiza toda la capacidad que podemos tener hoy. Pareciera que no se está produciendo", opina.



Claudia Sheinbaum (Foto: CC, vía Eneas De Troya)

"Todas las plataformas tienen productos hasta 2027. Cerraron la llave, van a estrenar lo que ya tienen y están empezando a desarrollar nuevas producciones", añade.

Entre los proveedores de servicios y facilites el sentimiento coincide con el de los productores.

José Antonio Suárez, director general del conjunto de foros cinematográficos privados en la Ciudad de México IP9 Studios, considera que se ha creado una sobreoferta en el sector.



José Antonio Suárez

“Tengo la fortuna de ser un receptor de todos los proveedores de la industria y de grandes productores. En IP9 convergen todas las áreas. Este año en particular ha sido muy difícil porque los grandes proyectos no han sido liberados, lo que provoca una fuerte sobreoferta de bienes y servicios, con poca producción. Confíábamos que para el inicio del segundo semestre del año se iba a regularizar”, dice.

“Pero las declaraciones que hace el presidente Trump generan una incertidumbre en la industria, porque no sabes como productor cómo y dónde vas a poder colocar tu contenido, y como proveedor no sabes hasta que capacidad vas a poder prestar servicios”, agregó Suárez.

Frente a este panorama, algunos ven una oportunidad. Erwin Neumaier, productor independiente y exdirector de los Estudios Churubusco, recuerda cómo reaccionó el público en una crisis anterior.



Antonio Urdapilleta

“En la pandemia la gente consumió muchísimo contenido. Podría ser que, en una nueva crisis, pase algo similar. Hoy no se puede descartar una recesión económica global”.

Bajo esta línea, Antonio Urdapilleta, productor independiente mexicano, fue más contundente: “En México siempre hemos trabajado en crisis, siempre estamos buscando el modelo de cómo conseguir un sí, porque el no ya lo tenemos ganado”.

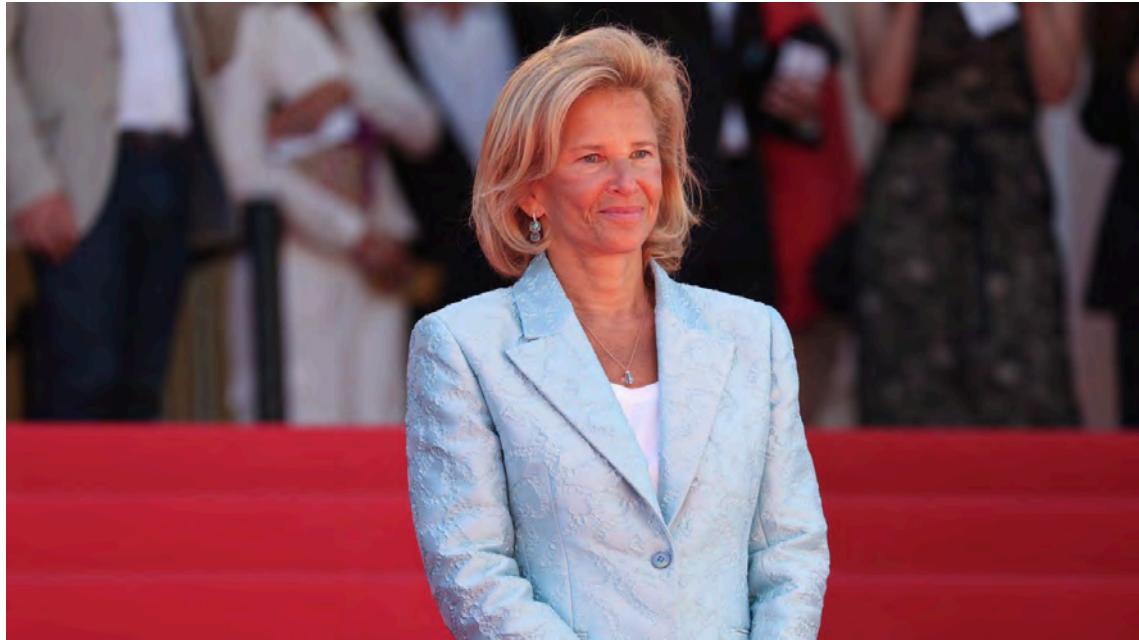
La única certeza que se tiene tanto dentro del sector como dentro del gobierno mexicano es que este tema se tratará de la misma forma que se ha hecho con cada amenaza lanzada por el presidente Trump: se analizará, se buscará el dialogo para llegar a acuerdos, y se intentará rebajar las agresiones para reducir el daño lo más posible.

Media

Added

Cannes president urges film industry not to panic over US tariff threat

Iris Knobloch says sector has always shown resilience and adaptability in changing circumstances



Iris Knobloch: 'The film sector has always shown remarkable resilience and adaptability in the face of changing circumstances' © Gisela Schober/Getty Images

Daniel Thomas MAY 9, 2025

Cannes Film Festival president Iris Knobloch has urged the industry not to panic about US threats to impose a 100 per cent tariff on films made abroad, ahead of the opening of the 78th edition of the annual gala.

"At this stage, it's still too early to gauge any potential impact," she said. "I hope, however, that the global film industry won't be paralysed by caution and uncertainty."

The threat of tariffs — which executives have warned could freeze overseas production — comes on top of other external pressures on filmmakers, she told the Financial Times.

“The industry remains fragile after the shocks of Covid-19, labour strikes, and the recent Los Angeles wildfires. Yet the film sector has always shown remarkable resilience and adaptability in the face of changing circumstances.”



Benicio Del Toro stars as Zsa-Zsa Korda in director Wes Anderson's *The Phoenician Scheme*
© TPS Productions/Focus Features/Shutterstock

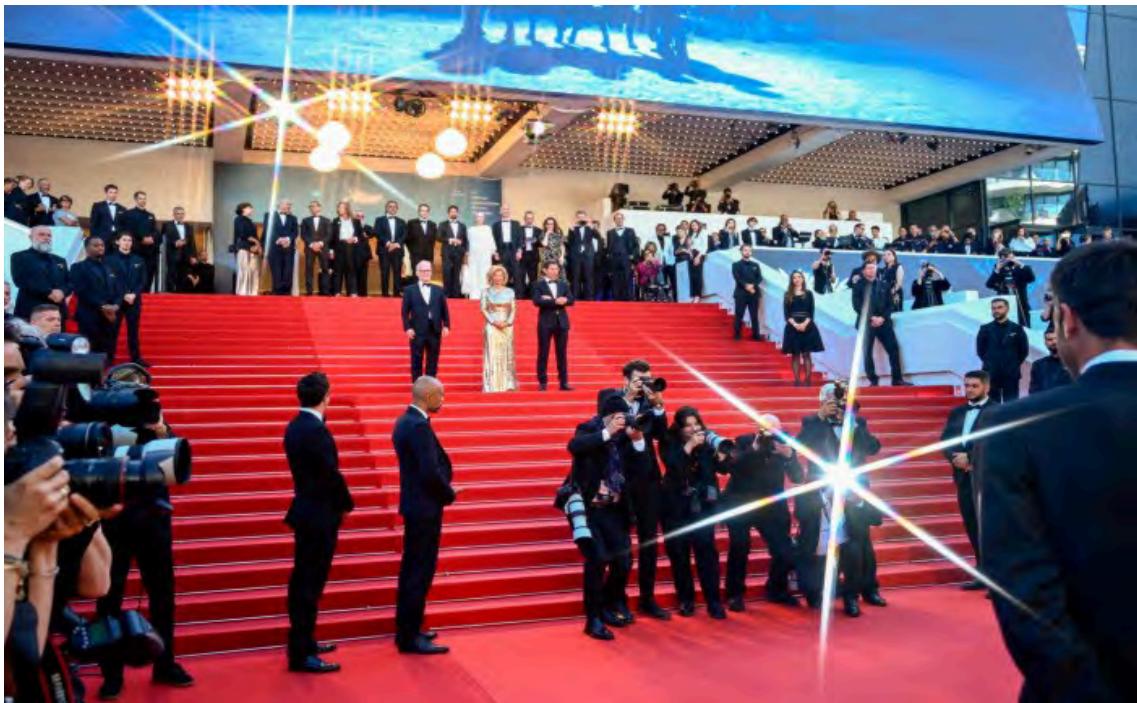
Hollywood is returning to strength after this disruption, according to Knobloch, whose confidence in the industry has been boosted by studios turning back to cinemas as audiences returned after the pandemic.

“If you see what’s happening at the box office now, Hollywood is back,” she said. “Hollywood has always reinvented itself. And I think we’re seeing this slowly happening.”

Knobloch will open the film festival on May 13. It has attracted blockbuster launches such as Tom Cruise’s latest *Mission Impossible*, alongside a slate of independent films that are up for its prestigious awards. Robert De Niro will receive the honorary Palme d’Or for lifetime achievement at the opening ceremony.

Cannes is “the best of cinema,” Knobloch told the FT. “Every single movie deserves to be there.”

The festival received entries for a record 2,909 feature films from 156 countries this year, with about a third made by women. For the main competition, 21 films have been selected. In 2024, Cannes titles earned 31 Oscar nominations.



Iris Knobloch on the red carpet with fellow film festival president Thierry Fremaux and Mayor of Cannes David Lisnard at the festival last year © Gareth Cattermole/Getty Images

Selected movies this year include Rebecca Zlotowski's *Vie Privée* starring Jodie Foster, Tarik Saleh's *Eagles Of The Republic*, Wes Anderson's *The Phoenician Scheme*, Richard Linklater's *Nouvelle Vague* and Thierry Klifa's *The Richest Woman In The World*.

Knobloch pointed to a new commitment to showing movies first in the cinema after a period when streaming was a higher priority. "What is reassuring is that there's a return to the belief in theatrical," she said.

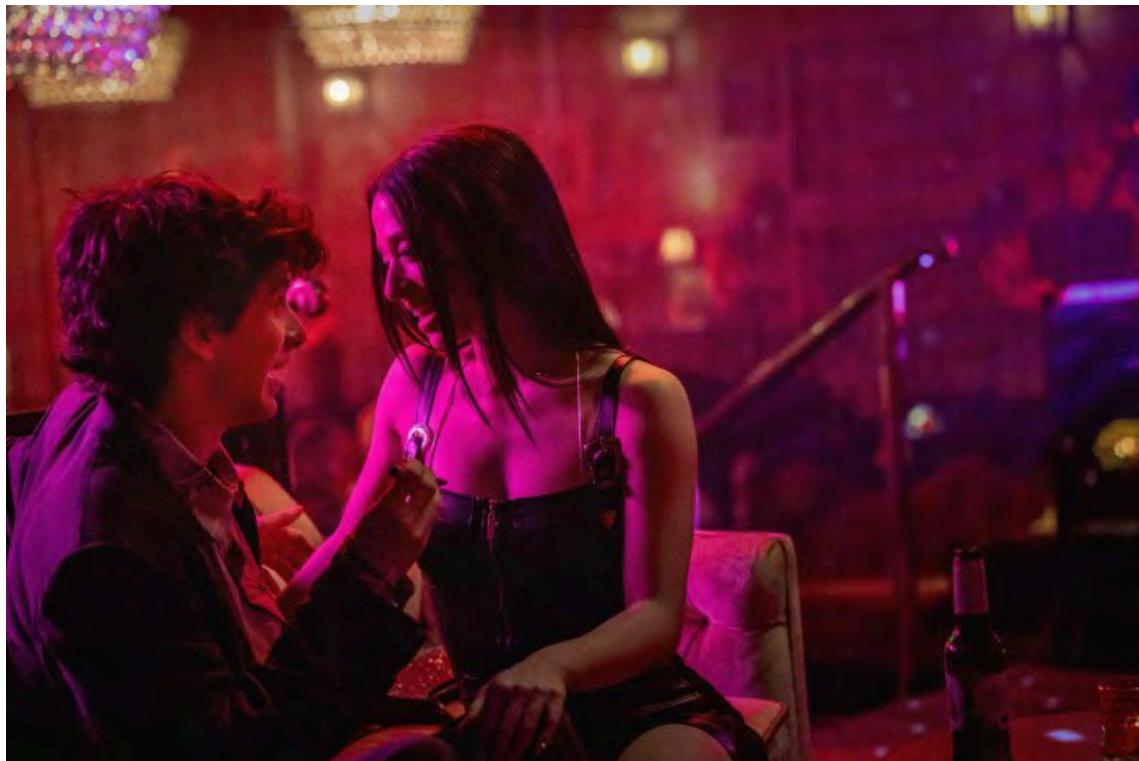
This year's festival opens as the French film industry deals with its own, belated attempts to address the sort of #MeToo scandals that have already hit Hollywood.

A report by French politicians last month said that sexual violence and harassment were "endemic" in the country's entertainment industry. A Parisian court will this month deliver its verdict in the trial of French film star and Cannes veteran, Gérard Depardieu, who has been accused of sexual assault. He has denied the charges.

Knobloch, a former top executive at Warner who has recently had her tenure at the festival extended, is its first female president. She said that the festival had taken on recommendations from the politicians' report but added there was "still a lot of work to be done".

"That's really one of my priorities," she said, "where I feel I should and can promote female talent and visibility."

Many of the films last year were about the "condition of women in society", she said, pointing to *Anora*, *Emilia Pérez* and *The Substance*. This year, there was less of a clear thematic trend, she said, but the seven female directors in the main competition equalled the record number set last year.



Iris Knobloch said that the strength of film festivals lay in promoting movies that otherwise would stay niche, pointing to the global success of *Anora*, pictured © FlixPix/Alamy

“I personally, as the first female president, believe that this is an issue that is important, that the festival has to take seriously and that the festival will continue to take seriously. In France, it has happened later than in the US, but you have to go through these moments to create this awareness for the next generation.”

She said that there was no sign of a change in how cinema was tackling social and cultural themes, despite Donald Trump’s wide-ranging attacks on diversity, equity and inclusion initiatives

Knobloch highlighted the power of films to tell important messages, pointing to the success of *The Zone of Interest*, a film about the life of Auschwitz’s commandant, which premiered in 2023 at Cannes.

Knobloch’s mother, Charlotte Knobloch, is a Holocaust survivor and prominent Jewish community campaigner in Germany.

“Films have always been resistant to any kind of political or other pressures,” she said. “Films are hugely important in carrying messages. Filmmakers will always speak their own truth.”

During her time at Warner, Knobloch brought the award winning 2011 silent movie *The Artist* to the festival for its world premiere.

Some executives have warned that Cannes has lost some of its prestige in recent years and is at risk of being undermined by rival events in Venice and Toronto.



The Zone of Interest studies the domestic life of Rudolf Hoss (Christian Friedel), the real-life commandant at Auschwitz © TCD/Prod.DB/Alamy

Knobloch, a former lawyer who has worked across the entertainment sector, has brought industry expertise as well as a deep book of contacts, according to former colleagues.

She said that the strength of film festivals such as Cannes lay in promoting movies that otherwise would stay niche, pointing to the global success of *Anora*. “You always should worry about your relevance. How can we keep the next generation engaged? You bring in the next generation.”

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

TV Ratings: 'Squid Game' Rules, But Broadcast Series Make Strong Showing in Multiplatform Rankings

Eight of the top 20 shows across all platforms in Nielsen's 35-day ratings originate on broadcast networks.

By [Rick Porter](#) May 7, 2025



Lee Jung-jae in 'Squid Game' season 2. No Ju-han/Netflix © 2024

With streaming now the platform of choice for the largest share of TV viewers in the U.S., it would seem logical that a streaming show would top the ratings rather than a traditional network show.

As it turns out, that's correct: Netflix's *Squid Game* is, by a sizable margin, the most-watched series of the 2024-25 season. But in Nielsen's multiplatform ratings, which measure viewing over five weeks and across all outlets, a number of broadcast series are still commanding large audiences.

Of the top 20 shows through March 15 (the most recent date for which the 35-day ratings are complete), eight originate on broadcast networks — six from CBS and two from ABC. All of them average at least 11.5 million viewers per episode across their network showings and streaming over five weeks. CBS' *Tracker* is the top network show and fourth overall with 17.6 million viewers via CBS and Paramount+.

Squid Game, whose second season premiered in late December, racked up 27.1 million viewers in the 35-day window. Netflix's *Adolescence* (19 million) and Prime Video's *Reacher* (18.1 million) rank second and third, and two other network series, first-year breakouts *Matlock* (CBS) and *High Potential* (ABC), are tied for fifth overall at 16.1 million viewers.

This season is the first in which Nielsen has released multiplatform data showing how outlets compare. In the broadcast landscape alone, CBS leads the pack (as it does in linear ratings) with 9.1 million viewers in primetime. NBC is second at 7.2 million viewers, followed by ABC (6.9 million) and Fox (4.3 million). ABC has the biggest gain from Nielsen's linear ratings (which are measured over seven days), rising by 61 percent with streaming and the longer window. CBS improves by 59 percent with the longer multiplatform measure, while NBC grows by 41 percent and Fox, whose shows stream on Hulu but which doesn't have its own platform, adds 12 percent.

The top 20 shows (including ties) for all platforms and just on broadcast in Nielsen's 35-day multiplatform ratings are below. Sports and specials are excluded.

Top 20 Series, All Platforms

Multiphatform ratings for the 2024-25 TV season

| Rank | Title | Outlet | Multiphatform viewers (millions) |
|------|--|-----------------|----------------------------------|
| 1 | Squid Game | Netflix | 27.1 |
| 2 | Adolescence | Netflix | 19.0 |
| 3 | Reacher | Prime Video | 18.1 |
| 4 | Tracker | CBS | 17.8 |
| 5 | Matlock | CBS | 16.1 |
| 5t | High Potential | ABC | 16.1 |
| 7 | Monstros: The Lyle & Erik Menendez Story | Netflix | 15.7 |
| 7t | Zero Day | Netflix | 15.7 |
| 9 | Nobody Wants This | Netflix | 15.2 |
| 10 | Landman | Paramount+ | 15.0 |
| 11 | The Night Agent | Netflix | 14.8 |
| 12 | American Primeval | Netflix | 13.8 |
| 13 | Running Point | Netflix | 13.1 |
| 14 | A Man on the Inside | Netflix | 12.4 |
| 15 | Georgie & Mandy's First Marriage | CBS | 12.1 |
| 15t | Ghosts | CBS | 12.1 |
| 17 | Will Trent | ABC | 11.8 |
| 18 | Elabeth | CBS | 11.5 |
| 18t | Watson | CBS | 11.5 |
| 18t | 1923 | Paramount+ | 11.5 |
| 18t | Ms. Rachel | Netflix/YouTube | 11.5 |

SOURCE: NIELSEN

Top 20 Network Series

Multiplatform ratings for the 2024-25 TV season

| Rank | Title | Network | Multiplatform viewers (millions) |
|------|----------------------------------|---------|----------------------------------|
| 1 | Tracker | CBS | 17.5 |
| 10 | Shifting Gears | ABC | 11.1 |
| 11 | The Rookie | ABC | 10.7 |
| 12 | FBI | CBS | 10.6 |
| 12 | NCIS | CBS | 10.6 |
| 14 | Blue Bloods | CBS | 10.1 |
| 15 | Chicago PD | NBC | 9.8 |
| 16 | Chicago Med | NBC | 9.7 |
| 17 | Fire Country | CBS | 9.6 |
| 18 | NCIS: Origins | CBS | 9.4 |
| 19 | Chicago Fire | NBC | 9.2 |
| 2 | Matlock | CBS | 16.1 |
| 20 | Abbott Elementary | ABC | 8.9 |
| 21 | High Potential | ABC | 16.1 |
| 4 | Georgie & Mandy's First Marriage | CBS | 12.1 |
| 4 | Ghosts | CBS | 12.1 |
| 6 | Will Trent | ABC | 11.8 |
| 7 | Elaboth | CBS | 11.5 |
| 7 | Watson | CBS | 11.5 |
| 9 | 911 | ABC | 11.2 |

SOURCE: NIELSEN



THE NUMBERS GAME

It's Nielsen Official: CBS and Netflix Had TV's Most-Watched Shows This Season



Photo-Illustration: Vulture; Photo: Colin Bentley/CBS

Every spring for most of this century — including every one of the past 17 years — CBS has been able to put out a press release declaring itself TV's most-watched broadcast network while also touting its dominance of Nielsen's list of the most-watched linear TV series for the season. This year, however, CBS's (well-earned) bragging came with a twist. It declared victory in the linear battle last month, while this week it claimed another win in a newer Nielsen metric: multi-platform ratings. These numbers include viewing that takes place via both traditional TV and streaming within the first five weeks a show (or episode of a show) is available to watch. By that measure, CBS is averaging 9.1 million prime-time viewers each week, well ahead of main rivals NBC (7.2 million), ABC (6.9 million), and Fox (4.3 million).

That's great news for CBS, but as part of its victory lap this year, the network also included a look at where things stand using season-to-date numbers from Nielsen's new combined streaming and broadcast-program ratings, which measure average episode viewership of linear network shows right alongside that of streaming originals. And not just with the "minutes viewed" metric it reports in its weekly streaming ratings: This dataset estimates average total viewers. CBS did well here, too, claiming six of the top 20 shows released between September 15, 2024, and March 15 of this year.

| 2024/2025 SEASON-TO-DATE BROADCAST AND STREAMING RANKER 35-DAY MULTIPLATFORM | | | |
|--|---|-----------------|-------------------------|
| Rank | Program | Net / SVOD | Total 35-Day Viewing |
| 1 | Squid Game | Netflix | 27.1M |
| 2 | Adolescence | Netflix | 19.0M |
| 3 | Reacher | Amazon | 18.1M |
| 4 | Tracker | CBS | 17.5M |
| 5 | Matlock | CBS | 16.1M |
| 5 | High Potential | ABC | 16.1M |
| 7 | Lyle & Erik Menendez Story | Netflix | 15.7M |
| 7 | Zero Day | Netflix | 15.7M |
| 9 | Nobody Wants This | Netflix | 15.2M |
| 10 | Landman | Paramount+ | 15.0M |
| 11 | The Night Agent | Netflix | 14.8M |
| 12 | American Primeval | Netflix | 13.8M |
| 13 | Running Point | Netflix | 13.1M |
| 14 | A Man On The Inside | Netflix | 12.4M |
| 15 | Georgie & Mandy's First Marriage | CBS | 12.1M |
| 15 | Ghosts | CBS | 12.1M |
| 17 | Will Trent | ABC | 11.6M |
| 18 | Elsbeth | CBS | 11.5M |
| 18 | Watson | CBS | 11.5M |
| 18 | 1923 | Paramount+ | 11.5M |
| 18 | Ms Rachel | Netflix/YouTube | 11.5M |

But the bigger story, to be honest: Netflix did really, really well. Fully half of Nielsen's multi-platform top 20 for the season thus far stream on Netflix, with Squid Game (27.1 million) and Adolescence (19 million) ranking No. 1 and 2. And while Netflix has long done well with dramas, this season, it finally found massive success with comedy: Three of the streamer's half-hours — Nobody Wants This, Running Point, and A Man on the Inside — all made the top 20. The trio all outdrew the only two broadcast shows to make the cut, CBS's Ghosts and Georgie & Mandy's First Marriage (which tied for No. 18).

While CBS didn't point this out in its release, sibling Paramount+, which streams the Eye's shows, also did well, with Taylor Sheridan's *Landman* and *1923* claiming spots in the top 20. ABC's cozy mystery hits *High Potential* and *Will Trent* also made the cut, while Amazon's *Reacher* was No. 3 overall. MIA from the top 20: anything from NBC, Fox, Peacock, or Max. (Hulu streams ABC shows, so that's still a win for Disney.) But it's worth noting the data CBS released cuts off in mid-March, before HBO's megahit *The Last of Us* dropped or Peacock brought back *Poker Face*. That said, these numbers show the challenge for streaming platforms that aren't Netflix or Prime Video: They need more broad-based hits.

May 7, 2025 7:02am PT

Bob Iger Says 'Thunderbolts*' Is 'First and Best' Example of Marvel's New Movie Strategy: 'We Lost a Little Focus by Making Too Much'

By **Rebecca Rubin**



THUNDERBOLTS from left: Hannah John-Kamen as Ghost, Lewis Pullman as Robert Reynolds, Wyatt Russell as John Walker, David Harbour as Red Guardian, Florence Pugh as Yelena Belova, Wyatt, Sebastian Stan as Bucky Barnes, 2025. ph: Chuck Zlotnick /© Marvel / © Walt Disney Studios Motion Pictures /Courtesy Everett Collection ©Walt Disney Co./Courtesy Everett Collection

Disney's CEO Bob Iger has admitted the company's film slate has struggled in post-pandemic times by focusing too much on quantity and not enough on quality.

The Marvel Cinematic Universe, in particular, hasn't restored its luster since the epic culmination of 2019's "Avengers: Endgame." There have been hits since COVID, like "Deadpool & Wolverine," "Spider-Man: No Way Home" and "Doctor Strange in the Multiverse of Madness."

But success has been wildly inconsistent as tentpoles like “Ant-Man and the Wasp: Quantumania,” “The Marvels” and “Captain America: Brave New World” were among Disney’s first comic book franchise installments to lose money since the MCU brought superhero movies in vogue.

However, Iger views “Thunderbolts,” which debuted last weekend to \$76 million, as the “first and best example” of the studio’s new priority to make better movies... even if that means there are fewer of them.

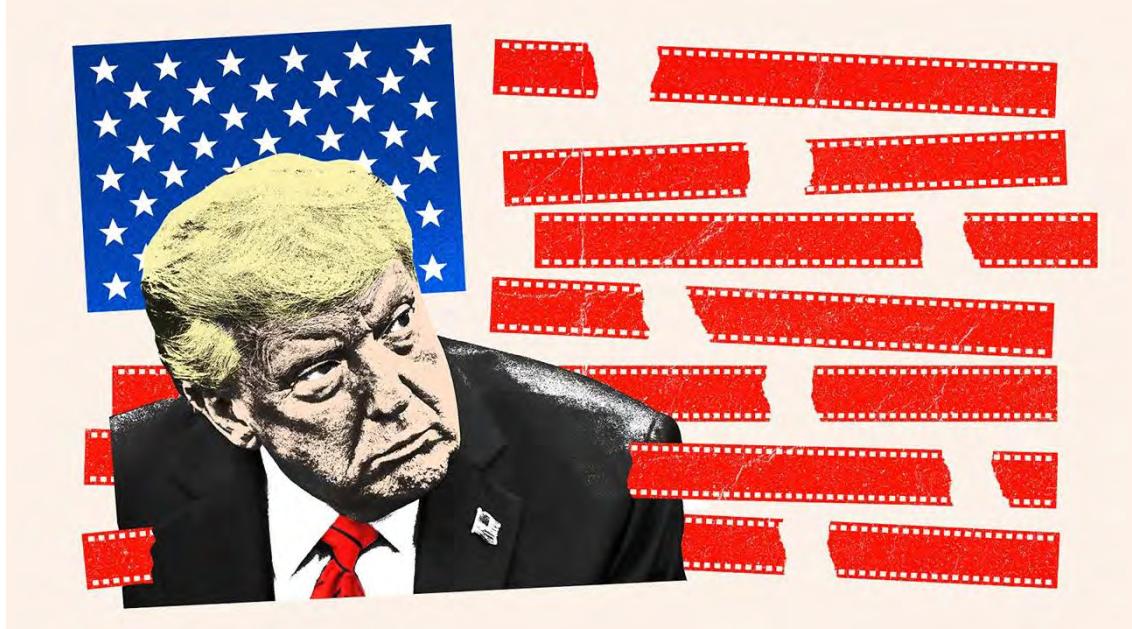
“We all know that in our zeal to flood our streaming platform with more content, that we turned to all of our creative engines, including Marvel, and had them produce a lot more,” Iger said during Wednesday’s investor call. “We’ve also learned over over time that quantity does not necessarily beget quality. And frankly, we’ve all admitted to ourselves that we lost a little focus by making too much. By consolidating a bit and having Marvel focus much more on their films, we believe that will result in better quality. I think the first and best example is ‘Thunderbolts*.’ I feel very good about that.”

“Thunderbolts*,” which centers on lesser-known heroes compared to Captain America and Thor, started slower than most Marvel installments. But analysts believe it’ll hold steady at the box office because critics and audiences embraced the film, which boasts an 88% on Rotten Tomatoes and encouraging “A-” grade on CinemaScore exit polls. It appears to be a step in the right direction after a string of dismally reviewed films like “Captain America: Brave New World,” “Ant-Man and the Wasp: Quantumania” and “The Marvels.” Disney is also stoking interest in “Thunderbolts*” by revealing the meaning behind the asterisk in the film’s title — the ragtag group at the helm will henceforth be known as “The New Avengers.” They’ll make an appearance in 2026’s “Avengers: Doomsday.”

Disney has long been the dominant studio at the box office. However, it has failed in recent years to match its own stratospheric standards — at least commercially. But Iger believes the company’s next 18 months will resemble 2019, a banner period for the Magic Kingdom. In that year, Disney earned \$11.12 billion globally, by far the biggest result in history by a single studio, as seven blockbusters grossed at least \$1 billion.

“I have a lot of confidence that are upcoming slate,” Iger said, referring to films like “Lilo & Stitch,” “Zootopia 2,” “Fantastic Four: The First Steps” and “Avatar: Fire and Ash,” which will close out 2025. Then in 2026, there’s “The Mandalorian and Grogu,” “Avengers: Doomsday” and “Toy Story 5.”

“That’s quite a lineup,” he said, adding it’s “as strong as any slate that I’ve seen in a long time.”



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

What Happens to Hollywood When the U.S. Is No Longer the Good Guy?

For decades, the studios have churned out movies that celebrated truth, justice and the American way. Now, as Donald Trump attacks allies, tears down democratic institutions and cozies up to dictators, U.S. exceptionalism is a hard sell onscreen.

By [Patrick Brzeski](#) May 7, 2025

From postwar liberation to Cold War supremacy, U.S. soft power has never been more potent than when projected onto a movie screen. For decades, Hollywood cast the American hero — from Rick Blaine to John McClane, Rocky Balboa, Ethan Hunt and Captain America — as the planet's natural protagonist: the first responder to global chaos, the last line of defense against tyranny. But as Pax Americana begins to wane, with Donald Trump undercutting allies, eroding the rule of law and cozying up to autocrats, the studios face a question novel to their long history: Are American heroes still appealing — or even plausible — to vast swaths of the world?

"The Trump administration has initiated a shock and awe campaign — only this time, against our allies. Has it changed the minds of many around the world about us? Yes, and justifiably," says Kal Raustiala, a professor of law and international relations at UCLA. "Allies are stunned, confused and much more wary of us today — and that is likely to translate into how their euros or yen are spent in their

downtime. We are already seeing this in tourism. It would be a surprise if it didn't also create some blowback toward the screen."

In its most recent quarterly survey, published March 4, research firm YouGov found that opinion of the U.S. in Europe since Trump's election had plummeted to its lowest level on record — and this was before the president's "Liberation Day" tariffs escalated aggression toward the bloc's economies. There's currently no country in Europe where more than half of the population has a positive attitude toward the U.S. From August 2024 to February 2025, favorability in Germany fell from 52 percent to 32 percent, and in Denmark — amid Trump's threats to overtake Greenland by force — positive views of the U.S. slid to 20 percent.

In the World War II era, American archetypes like Humphrey Bogart in *Casablanca* embodied democratic values and always ended up doing the right thing. Courtesy Everett Collection

"Historically, Hollywood has played a double role in U.S. soft power: It gave the country global relevance as a source of popular culture that was attractive in its own right, and it also presented an attractive ethical system and way of life that was distinct from that experienced elsewhere," says Nicholas Cull, a professor of public diplomacy at USC's Annenberg School. "Hollywood told the world about the importance of democracy and the rule of law even as it showcased the prosperity that American-style capitalism delivered to ordinary citizens."

Notes a veteran European producer, "Most Europeans grew up on these images of the heroic cowboy or American soldier coming to the rescue, but that looks quite a bit different with a Trump government that is cuddling up with Russia."

As with the full impact of Trump's tariffs in other sectors, it will take some time to assess the damage his administration's hostile actions and rhetoric have wrought on American content's appeal across borders. The studios' slow start to 2025 offers limited benchmarks so far.

Disney and Marvel's *Captain America: Brave New World* had problems more urgent than the geopolitical context of its release (as indicated by its B- CinemaScore), but its namesake certainly didn't help it in territories around the world, industry insiders say. Since its Feb. 14 release, *Brave New World* has earned 51.7 percent of its \$415 million worldwide box office total overseas, compared to an average of 60.7 percent from offshore sales for the first three films in the franchise.

"There's going to be some discounting, which is not good for a business that's already very challenged," says Noah Segal, co-president of Elevation Pictures, a leading Canadian indie distributor. "I certainly don't think we'll see a heroic U.S. war film right now — and if we do, it's probably going to be divisive," he adds.

How much interest international viewers will continue to have in popular streaming series about the sacrifices of U.S. spies and diplomats who are dedicated to upholding democratic ideals — like Netflix's *The Diplomat* and *The Night Agent* or Michael Fassbender's *The Agency* for Paramount+ — remains to be seen.

"International buyers might begin to become wary of the *Yellowstone*-style, all-American series and films," notes an exec at a leading European film sales company, adding: "Buyers in a number of countries are more critical of America and American culture than I've ever seen."

The U.S. film industry, of course, isn't in the business of propaganda. Many of the most treasured classics of 20th century American filmmaking were explicit critiques of U.S. foreign policy, from *Dr. Strangelove* to *The Deer Hunter*. Somewhat paradoxically, though, such works simultaneously enhanced international admiration for the American way of life.

Explains UCLA's Raustiala: "When Hollywood began to more directly criticize U.S. foreign policy — films like *Apocalypse Now* or *Coming Home*, which both tackled Vietnam — they bolstered American soft power by showing that open dissent and critique were possible. This was something the Soviets, for instance, would never permit. Our relatively free society was on display for all to see in these films."

The studios haven't made dramas that take on overtly political themes for the better part of a generation, though. The unfortunate fate of last year's Trump biopic *The Apprentice* speaks to the genre's challenges.

The film premiered to rave reviews and an eight-minute standing ovation in Cannes on its way to becoming an awards-season breakout, scoring two Oscar nominations — for Sebastian Stan, playing Trump, and Jeremy Strong as Roy Cohn. But no major studio or streamer stepped up to distribute the movie. Those close to the film alleged the majors had succumbed to self-censorship, fearful that putting *The Apprentice* in theaters worldwide might invite an angry reprisal of some kind from weaponized Trump administration regulators or investigators. In any case, few doubted that the movie would have driven massive global engagement had it been picked up by Netflix (which passed on the film) and made available in the midst of the 2024 U.S. election. There was also decidedly little for the world to admire about the U.S. and its vaunted ideals in the episode.

In truth, the U.S. studios' aversion to political nerve or principle is nothing new. They began scrubbing their biggest films of discernible American nationalism and explicit commitments to human rights and democracy more than a decade ago. The goal was pragmatic: to ensure smooth access to China's once-booming but tightly controlled theatrical market. But the subtle kowtowing nonetheless proved insufficient when geopolitical tensions intensified. After Trump launched his first trade war with China in 2017 — just as Chinese commercial filmmaking was rapidly improving — local audiences began turning away from U.S. blockbusters. Today, Marvel tentpoles earn about one-tenth of what they once did in the country.

Ironically, from one point of view, the studios' internalized institutional practice of keeping their escapist product ideologically neutral at all costs could serve them well in the current, fraught moment. As long as it doesn't have "America" in the title, the superhero film will likely remain relatively easy for global viewers to disassociate from Trump's America First movement. Even Tom Cruise's final outing as American spy Ethan Hunt in *Mission: Impossible— The Final Reckoning* is

expected to trade more on global nostalgia than on any reflection of today's geopolitical reality — or so many industry insiders seem to hope and believe.



Tom Cruise's last outing as Ethan Hunt in *Mission: Impossible — The Final Reckoning* will likely avoid our geopolitical moment. Courtesy of Paramount Pictures and Skydance

But as Hollywood largely avoids the visceral emotions elicited by Trumpism, international industries are leaning into it.

Elevation Pictures is doubling down on homegrown Canadian storytelling, looking to harness the rising "elbows up" sentiment provoked by Trump's tariffs and his insulting "51st state" remarks. "There's definitely going to be a lift in Canadian content — and I assume something similar will happen across other international markets," says Segal, noting that the company is even considering adding a "Made in Canada" label to all of its local film marketing.

Trump's disdain for classic neoliberal U.S. soft power — and for the values and institutions that uphold it — is likely to hurt American interests in just the same way his tariff regime and utter ignorance of real-world trade theory do.

"The movie business is always looking for something new, and this sensation of global outrage is very real," says Segal. "It's not going to help the U.S. industry. Others around the world are going to seize the opportunity. It's going to internationalize the film business."

Adds Sabine de Mardt, president of the German division of French studio Gaumont, in a recent interview with THR: "A certain narrative — the great American dream narrative, the one that we in Western Europe used to so closely identify with — is being questioned and reconsidered. There's a new opportunity to strengthen our European identity, and I am really looking forward to that."

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

Who's Going to Halt Hollywood's Production Exodus — and How?

Is it Gov. Gavin Newsom and his \$750 million tax incentive plan, a Trump-Voight led federal push or a studio chief brokered blueprint? The White House has scrambled all bets, for now.

By Katie Kilkenny May 7, 2025



California Gov. Gavin Newsom during an April 16 news conference. Justin Sullivan/Getty Images

President Donald Trump's sudden announcement on Sunday that he intends to impose a "100 percent tariff" on movies produced abroad jolted advocates who have been working for months to return more film and television production to California.

Between the Stay in LA coalition, the Hollywood guilds, the state legislature and Gov. Gavin Newsom, production insiders thought they knew the players and what their positions were. But, as the White House and Trump ambassador Jon Voight took a stab at offering up a plan, studio chiefs are mostly staying silent (publicly) while union leaders' considered statements have signaled guilds are keeping their options open.

There's general skepticism that the tariff will actually be implemented and raised eyebrows about Trump's motives, as many of these industry types express caution and say they're waiting for details on the policy. A group of film studio executives are expected to speak with Motion Pictures Association chair-CEO Charles Rivkin

on May 9 to discuss the White House idea. But some, who point out how California has bled production work in recent years, say that any fresh ideas or attention drawn to the issue could be helpful.

"We have been in this race with film and television tax credits for many decades at this point, and it just doesn't seem to be enough," Teamsters motion picture division director Lindsay Dougherty tells *The Hollywood Reporter*. The union leader put out a celebratory statement with the Teamsters' general president about the tariff idea on Monday. "We're all just trying to work together to figure out what to solve is here, because we have been dealing with this issue since the 1990s in California, and it's a losing battle at this point."

Before Trump took to his Truth Social platform on Sunday, organizations had spent months on a multi-pronged effort to lure film and TV production back to Hollywood. A coalition has been lobbying Sacramento in order to pass Gov. Gavin Newsom's proposed film and television tax incentives increase as well as associated bills, while at a federal level, Sen. Adam Schiff has been working with industry stakeholders to bring forward a potential federal film incentive.

In March, the California Film Commission revealed a record 51 films will receive tax credits to shoot in the state, estimating that the projects will pay about \$347 million in wages and generate \$578 million in economic activity. Local politicians in Los Angeles recognized that something needed to be done in the short term as well, and the L.A. City Council unanimously passed a measure on April 29 to research potential discounts or fee waivers for public property shoots, streamlined film permitting structures and more.

For weeks, unions and studios were meeting with *Heat* and *Midnight Cowboy* actor Jon Voight, one of Trump's reps to the business assigned to make Hollywood "BIGGER, BETTER, AND STRONGER THAN EVER BEFORE," as the president posted on Truth Social in January. Through his conversations, Voight and his team put together a wide-ranging package of proposals calling for federal tax incentives, tax code changes, co-production treaties, tariffs in certain circumstances and other ideas.

The stakes are stark. Shoots for scripted television shows in Los Angeles had declined 30 percent compared to the same quarter last year, while feature movies saw a 29 percent drop versus the first quarter of 2024, per permitting office FilmLA.

At an April 14 event in Burbank organized to advocate for postproduction and music incentives, Noelle Stehman, a member of the Stay in LA campaign, added: "This is not hyperbole to say that if we don't act, the California film and TV industry will become the next Detroit auto." Those references to Detroit's automotive industry struck a national chord and reverberated through headlines over the month ahead of the White House's missive.

Trump's post on Sunday made mention only of a "100% tariff," prompting concerns about potential retaliation from nations that would be negatively affected by any kind of financial penalty. In a statement, IATSE international president Matthew Loeb expressed fear for the impacts that this policy could have on the union's tens of

thousands of Canadian members. "We continue to stand firm in our conviction that any eventual trade policy must do no harm to our Canadian members — nor the industry overall." The union seeks "reciprocal trade practices," he added.

Director Adam Bhala Lough (Telemarketers), who has been vocal about his wish to bring more production to California, writes in an email that "slapping a blanket tariff on movies produced outside the United States would raise costs for studios and independents alike, invite retaliation that could hurt our overseas box office, and ultimately make it harder for California filmmakers to get projects made." He instead advocates for direct investment in the industry.

California represents the largest film and TV hub in the U.S., with an estimated \$6.34 billion in trailing 12-month spending, as compared to New York (\$4.07 billion), Georgia (\$2.23 billion), New Mexico (\$805 million), Illinois (\$725 million) and New Jersey (\$536 million), per a new report from industry tracker ProdPro.

A federal tax incentive like the one Schiff is working on remains the favored approach for many advocates in the space. Having a federal tax incentive would be "much more impactful" than tariffs would be for job creation, says unscripted producer Patrick Caligiuri, whose videos about the state of the entertainment business have become cathartic must-watches for struggling industry workers. "It's the old adage, you win more with sugar than you do with vinegar."

Alexandra Pechman, one of the co-founders of Stay in LA, says the grassroots group remains focused on passing Newsom's budget proposal and is excited about the governor's offer to Trump on Monday to collaborate on a \$7.5 billion federal tax credit. "We believe that better incentives are the ways to bring jobs back," she says.

But many industry unions, weary of telling their members bad news for years about the state of the business, signaled receptivity to the notion after Trump fired off his tariff tweet on Sunday. Though he was concerned about his Canadian members, Loeb said Trump was right to note that Hollywood faces an "urgent threat," while SAG-AFTRA's national executive director Duncan Crabtree-Ireland said the union backed efforts to increase U.S. film and television production.

Most effusive were the Teamsters, who called it a "strong step" toward "reining in the studios' un-American addiction to outsourcing our members' work."

But when reached for their thoughts, filmmakers and rank-and-file workers diverged in their views on the idea. One indie filmmaker who has made multiple projects overseas was somewhat amenable to the idea tariffs, noting he is growing frustrated with the inability to film at home in Los Angeles. "At least he's trying something," he says of Trump, though he acknowledges it's not a thought-through idea.

One film illustrator was also curious about the idea of tariffs generally, saying they made sense to him. "If [companies] are shooting in another country, why do they then get to bring their product back here and not pay an extra duty on it while they're displacing American workers?" he says. But he doesn't trust Trump to be the one to

carry that through. "We just went through two years of bullshit and now we're going to sit there and play footsie with this guy? That's insane," he says.

CREW, a caucus of rank-and-file workers within IATSE, says in a joint statement with the Production Assistants United movement they have "no expectation" that the Trump administration would figure out a film tariff policy or keep it in place long enough to benefit the industry. The coalition did say, however, that it supports federal policies like Newsom's tax credit idea, which would be "a good short term expedient to combat the historic job loss we're currently facing."

And one director behind a mid-budget action feature is carrying on with a scheduled trip this week scout overseas, surmising the tariffs will either not take effect, or will be done away with by the time his movie arrives in theaters.

Aaron Couch contributed to this story.

May 8, 2025 3:47am PT

How French Artisans Blend Expertise and Flexibility to Boost Films Like 'The Substance,' 'Emilia Pérez,' 'Romería'

By **Ben Croll**



"Romeria" (Courtesy of Elastica Films)

Alongside physical infrastructure, improving and augmenting the local workforce is a key pillar of French president Emmanuel Macron's France 2030 plan, his 30 billion euro (\$34 billion) roadmap for investment and innovation.

"Top-tier technicians are the foundation of the entire French ecosystem," says Arnaud Roland, who oversees the France 2030 project for the national film agency CNC. "That's why professional training programs are integrated into every aspect of our modernization efforts. Our competitive edge goes beyond locations; it lies in the combination of diverse landscapes, modern infrastructure, and, most importantly, highly adaptable crews."

As France 2030 targets doubling the workforce in animation and VFX, public investment covers every stage of the creative process — from scriptwriting and costume design to construction and compositing. A recent beneficiary of this funding, the Paris film school La Fémis, will soon launch a new course teaching designers to blend traditional techniques with the LED-wall technologies required for virtual production.

Indeed, as recognition of French expertise reaches new heights — highlighted by the recent Oscar wins for the music of “Emilia Pérez” and the makeup of “The Substance” — reverence for local talent is keeping pace.

Hélène Louvart is one illustrative example.

After graduating from the prestigious Louis-Lumière film school, the cinematographer honed her eye shooting projects for Christophe Honoré, Agnès Varda and Sandrine Veysset. In 2011, after garnering local esteem and industry attention, Louvart stepped into the international spotlight following the one-two punch of Wim Wenders’ “Pina” and Alice Rohrwacher’s “Corpo Celeste,” setting the DP on a path that since spanned the globe.

Today, as an in-demand creative voice in contemporary American, Brazilian and Italian cinema — and DP behind Scarlett Johansson’s “Eleanor the Great” and Carla Simón’s “Romería,” both of which will premiere in Cannes — Louvart frequently travels with key hometown colleagues while advocating for the inclusion of French technicians.

“International teams appreciate our behavior as much as our expertise,” says Louvart. “While working abroad, I’ve often heard French technicians praised for their pleasantness and decency. We’re skilled professionals, of course, but we also know how to be polite and respectful — traits that make a big difference.”

“Directors often look for collaborators who can bring something new — a different culture and a different perspective,” Louvart continues. “And the feeling is reciprocal; by mixing influences you create something unique.”

Visiting projects might also benefit from labor laws that ensure maximum agility, adds Studio de Paris president Brigitte Segal.

“Our crews aren’t unionized, but there is a 60-hour weekly cap,” Segal says. “That makes them far more flexible than in labor markets where unions restrict crew members to specific roles. And since there’s no overtime, everything gets done efficiently within the standard workday.”

For director Coralie Fargeat, that flexibility was one of the most “important and meaningful” reasons she chose to shoot “The Substance” in France.

“It allowed for an extended shoot, with the ability to scale the crew based on the needs of each scene,” she says.

“For example, we could work with a smaller team for makeup effects, special effects, and extreme close-ups — elements that are central to my directing style and that take time to execute properly. At the same time, department heads had room to experiment. We tested countless techniques — like how to make backs open or how to project blood. That kind of creative freedom and time would’ve been hard to come by in a more rigid system.”

“I knew that the local technicians, their expertise, and above all their artisanal approach would give the film the level of quality and dedication it needed,” Fargeat continues. “So I would encourage other filmmakers to aim high. French talent and technique no longer need to prove themselves — and working with new partners or filming in different countries can bring real depth and richness to a project.”

May 7, 2025 10:50am PT

Gaumont's TV Units Find Winning Formula With Premium Series by Staying True to French DNA

By **Ben Croll**



Lupin Courtesy of Emmanuel Guimier/Netflix

France's audiovisual sector was grappling with growing pains when Isabelle Degeorges was named president of Gaumont Television France in 2013. By then, local audiences were already gravitating toward slicker international formats burnished by glossy production standards, a shift that would only accelerate when the streamers arrived the following year.

So one of Degeorges' first moves was to modernize Gaumont's development processes to keep pace with rising expectations.

"We no longer had just a domestic audience," says Degeorges. "That meant rethinking everything — from writers' rooms to lighting setups — to reconnect with viewers and redefine the DNA of French series."

Gaumont found that new creative thread by weaving historic local IP with a swashbuckling storytelling style that put entertainment front and center. The shift, Degeorges notes, proved a "game-changer" for both the company and the broader French TV landscape when "Lupin" shot up the Netflix charts in 2021.

“All of a sudden, we were recognized as the producers of the first French series that was a hit worldwide,” says Degeorges. “All of a sudden, we were in the big leagues.”

As Degeorges puts it, Gaumont became the company that cracked the code — delivering a French hit with global appeal.

Upcoming projects include “In the Shadow of the Forest,” a paranoid thriller starring Benoît Magimel and Mélanie Laurent for Apple TV+; “The Deal,” a docudrama about the U.S.-Iran nuclear talks that recently won the Buyers Choice Award at Series Mania; and the ninth season of the studio’s popular procedural “The Art of Crime,” commissioned by France Télévisions and sold by Gaumont in over 60 countries.

“Premium series are more character-driven,” says Degeorges, reflecting on the through-line in much of the company’s recent output. “At its core, ‘The Deal’ is just about diplomatic negotiations, but what keeps you hooked and makes it addictive are the incredibly well-written roles.”

Gaumont’s transatlantic operations have seen a similar shift. Since 2020, Gaumont U.S. president Nicolas Atlan has overseen all activities across the U.S., Latin America and Spain, spanning both film and TV. Under his leadership, the company has streamlined development, strengthened talent partnerships, and prioritized local storytelling in key markets such as Mexico, Spain and Brazil, where Gaumont recently signed a co-production pact with local giant Globo.

The Latin American pivot proved timely, offering Gaumont an outlet as the English-speaking market faced post-pandemic labor unrest and economic slowdown. The U.S. pause allowed the studio to regroup, developing projects from books and articles and eyeing remakes while continuing Latin American productions like dystopian thriller “Desolate Future” for Paramount Television Intl. Studios and comedy “The Biggest Fan” for Netflix.

Since the strike ended, they’ve signed deals with nearly every major platform, while bringing feature and series projects to studios and streamers alike.

“We’re quite happy with the rebound,” says Atlan. “The market’s still complicated, but now that it’s stabilized, we’ve been catching up.”

As part of that strategy, Gaumont has taken a “full-spectrum” approach by looking for synergies between international subsidiaries while mining the company’s back catalog for remake opportunities tailored to local territories.

“We’re not just remaking the classics,” says Atlan, noting that the 2014 Jean Reno-led sleeper “The Chef” will soon inspire a Mexican adaptation reimagined for a different culinary culture. “We’re looking at films with strong concepts that can be reimagined, [working across the company to] identify hidden gems that still have something fresh to offer.”



“The Deal”

Since taking the helm in 2020, Atlan has also looked to pepper Gaumont’s U.S. operations with more “French DNA” — a creative identity he likens to character-driven storytelling and auteur-focused development.

“People know that we listen to talent,” says Atlan. “Gaumont has a well-established reputation for quality, so our partners feel confident that their projects will be protected and seen through to completion, and that’s our goal — to get it done and get it right.”

TELVA

CULTURA

El largo río de las almas, la serie negra con el fentanilo de fondo que recomienda Obama y dirige Amanda Seyfried

BEGOÑA DONAT

08/05/2025 - 08:44

Movistar Plus+ acaba de estrenar *El largo río de las almas*, una serie protagonizada y producida por Amanda Seyfried, sobre un asesino que agrede a las trabajadoras sexuales de un barrio en Filadelfia devastado por la crisis de opioides.

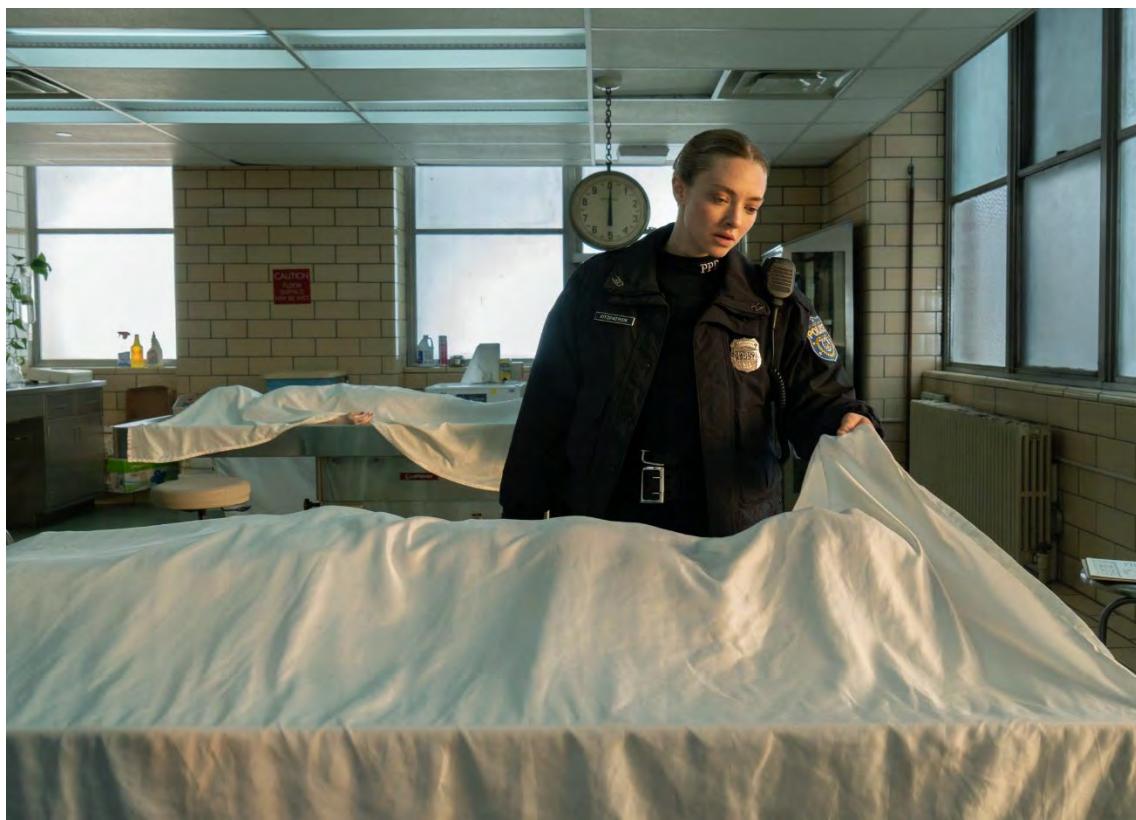


Amanda Seyfried en *El largo río de las almas*

Un asesino en serie anda suelto en Filadelfia. Su objetivo son las trabajadoras sexuales de un vecindario marginal, Kensington, donde los opiáceos han hecho estragos. Pero el jefe de policía se dedica a mirar hacia otro lado. ¿Para qué pedir autopsias si a las víctimas no las echa nadie de menos? ¿Por qué buscar un patrón entre un colectivo donde sus integrantes caen como moscas por las sobredosis?

Solo una agente, Mickey Fitzpatrick, se obceca en investigar los casos. Lo hace por motivaciones personales: su hermana, con problemas de adicción, ha desaparecido coincidiendo con el inicio de los crímenes.

Bajo el envoltorio de un *thriller* dramático, la novela *El largo río de las almas*, de Liz Moore, es en realidad una historia de amor filial. Barack Obama la incluyó en su lista anual de libros, películas y música favoritos de 2020, una tradición que muchos lectores esperan cada año para hincarle el diente a los títulos recomendados por el antiguo presidente.



La actriz Amanda Seyfried también se prendó de la novela multiventas, así que cuando se puso en marcha su adaptación en formato serie, no solo aceptó dar vida a la protagonista, sino que se involucró por primera vez en su carrera como productora ejecutiva.

La propuesta de ocho capítulos ya está disponible en Movistar Plus+ y es un drama de cocción lenta al que merece la pena darle un tiempo por una recta final para el género tan desconcertante como reconfortante. "Esta serie es el tipo de proyecto que tira de ti por una combinación de elementos, por un lado, el suspense, y por otro, porque habla de emociones que nos alcanzan a todos", valoraba la protagonista durante el pasado festival Séries Mania, donde se estrenó la adaptación de una historia específica de una familia que aspira a poder plasmar el drama de la adicción con un alcance universal.

Su personaje es el de una agente de policía que arrastra el dolor infantil del abandono de su padre y la muerte de su madre y la carga mental adulta de la maternidad en solitario y el distanciamiento de su hermana, que vive en la calle con intentos periódicos e infructuosos de desintoxicación.



LA ACTRIZ DE HOLLYWOOD SALIÓ A PATRULLAR CON LA POLICÍA Y LA EXPERIENCIA LE RESULTÓ TRAUMÁTICA

Para preparar su papel, Seyfried salió a patrullar con la policía de una zona contigua a la que se desarrolla la trama. Vivir en primera persona el trabajo en ese vecindario fue "tan instructivo como dramático y traumático", compartía en el festival francés.

Su hermana en *El largo río de las almas* es una trabajadora sexual con un grave problema de abuso de sustancias. El personaje representa la negligencia de la que ha sido objeto la zona por parte de las políticas públicas de Estados Unidos.

"La responsabilidad fue enorme, porque descubrí que no solo iba a interpretar a una policía, sino a un ser humano herido que se dedica a esa profesión por unas razones específicas y un propósito".

Las autoras de la adaptación a la pantalla son la misma Liz Moore y la *showrunner* Nikki Toscano. La crítica ha comparado su propuesta con la serie *Mare of Easttown*, porque su protagonista es una policía que afronta tensiones familiares en un entorno de clase obrera, pero sus creadoras se han fijado en otras dos ficciones de culto como inspiración.

Ambas tuvieron muy presente el libro *Mystic River*, de Dennis Lehane, y la serie *The Wire*. Querían que *El largo río de las almas* fuera para Filadelfia lo que ambos precedentes habían supuesto para Boston y Baltimore, respectivamente.

La trama alterna el misterio en el presente con la infancia y la adolescencia de las dos hermanas, antaño inseparables y ahora distanciadas por secretos y silencios largamente enquistados. Moore ha compartido durante la promoción que en su propia familia existe un largo historial de adicción, extendido entre generaciones y tema de conversación recurrente desde antes de que ella naciera.



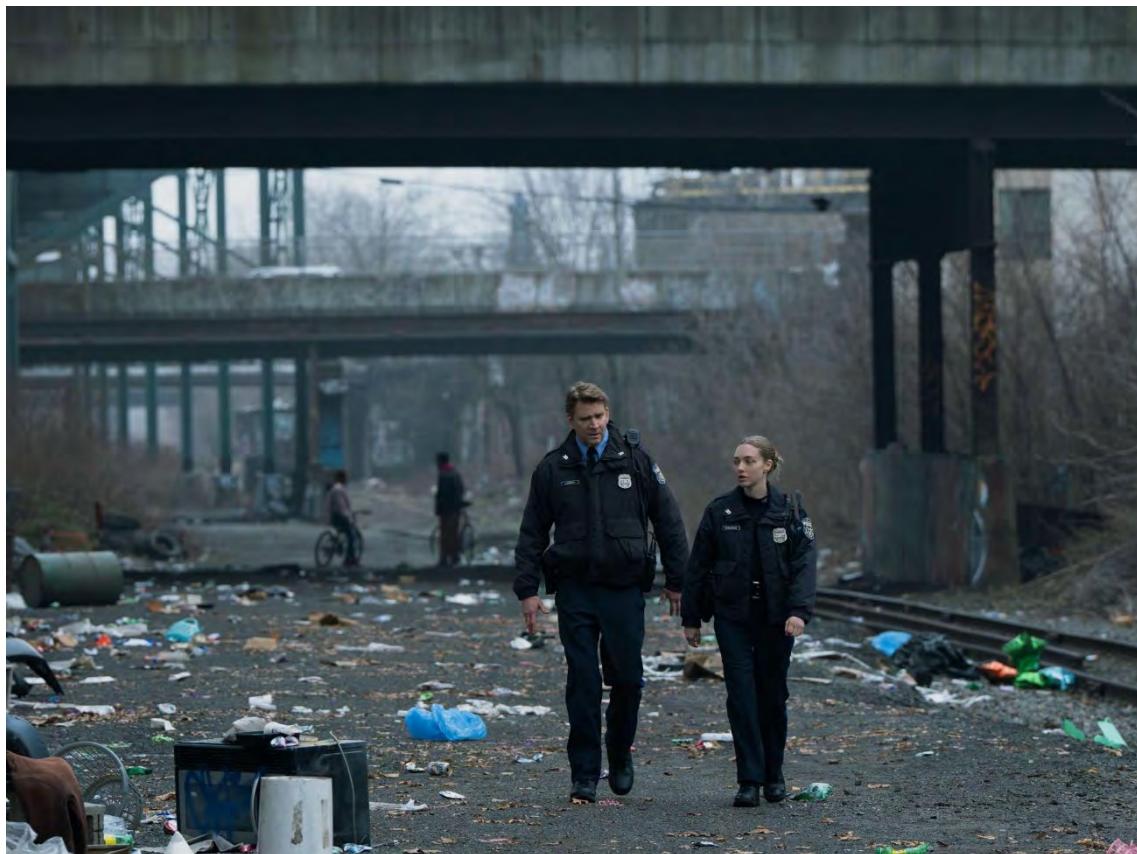
UNA FICCIÓN AMBIENTADA EN EL BARRIO ZOMBI DE ESTADOS UNIDOS, KENSINGTON

A ese drama personal, la novelista y guionista ha incorporado situaciones reales de marginación y adicción en Kensington, con hincapié no solo en el abuso de sustancias, sino también en la falta de vivienda, la desatención a la escuela pública y la violencia de género.

En su escritura ha extraído retazos de su experiencia de voluntariado en albergues diurnos para mujeres, y ha luchado por no caer en los clichés del género del *thriller*: "Tradicionalmente, en las ficciones policíacas se presenta al agente como salvador, pero no queríamos perpetuar esa idea, sino subvertir los arquetipos de la heroína y la víctima, de modo que los roles de Mickey y su hermana Casey a lo largo de la narración se alternan".

Lo mismo sucede con Kensington en sí. Durante mucho tiempo, esta zona de Filadelfia ha sido conocida como el barrio zombi, con una elevada tasa de indigencia entre sus habitantes y el impacto devastador de la crisis del fentanilo, una droga sintética, prescrita para aliviar dolores severos, con un peligrosísimo potencial de adicción.

Como comentaba Amanda Seyfried en una entrevista para la radio pública de Estados Unidos, NPR, "Liz Moore tuvo tanto éxito con su libro porque escribió un relato honesto y una nueva perspectiva sobre una comunidad marginada, temida y evitada debido al sufrimiento, la adicción en las calles, las personas sin hogar y las trabajadoras sexuales, mostrándola como una comunidad realmente resiliente, formada por personas que se protegen mutuamente y que, en cierto modo, funcionan como una máquina bien engrasada, porque se cuidan entre sí".



AMANDA SEYFRIED SOÑABA CON INTERPRETAR A UNA POLICÍA, PERO ESTABA ENCASILLADA COMO INGENUA

La carrera de la actriz de Hollywood, protagonista de películas comerciales como *Chicas malas* y *Mamma Mia!*, ha dado un giro en la última década con papeles en proyectos que le han permitido mostrar profundidad dramática.

Es el caso de *El reverendo*, donde se aborda la crisis existencial de un sacerdote; *Mank*, por la que fue nominada al Oscar y al Globo de Oro por encarnar a la actriz y amante del magnate de la prensa William Randolph Hearst, Marion Davies; y la miniserie *The Dropout*, disponible en Disney Plus `; por la que se alzó con un Emmy al interpretar a Elizabeth Holmes, la desacreditada fundadora de la corporación de tecnología sanitaria Theranos.

Interpretar a una policía era un anhelo de la estrella desde hace mucho tiempo. En la entrevista en NPR, Seyfried declaró que era una meta imposible: "Fui la ingenua durante mucho tiempo y nunca me vi como alguien capaz de fingir autoridad. Así que, cuando empecé a interpretar papeles de, por ejemplo, abogada, casi me parecían una broma. Si yo no podía creerme en esos roles, ¿cómo se lo iba a creer la audiencia?".

Pero en *El largo río de las almas*, su protagonista era una policía de su edad, madre soltera de un hijo en un barrio que estaba a una hora de distancia de donde ella misma creció, Allentown, Pennsylvania, y la trama era "amable y hermosa".

En su opinión, la serie recuerda que ha de dar espacio emocional a la gente que sufre adicciones. El libro y su adaptación transmiten que hay futuro y potencial para la recuperación. "Moore muestra compasión y comprensión al retratar a una comunidad como la de Kensington, y traslada que no hay que temer a otras comunidades o personas que se hallan en una situación de marginalidad, sino acercarse con solidaridad. Ningún sufrimiento debería ignorarse".

PLATAFORMAS

La miniserie de Movistar Plus+ de solo 8 capítulos protagonizada por Amanda Seyfried: perfecta para ver en una sola tarde

Disfruta de esta serie en Movistar Plus+ por solo 9,99€ al mes



Amanda Seyfried, en 'El largo río de las almas' Movistar Plus+

Barcelona Actualizado a 07/05/2025

En un momento en el que las plataformas en streaming se ha apoderado de gran parte de nuestro tiempo, algunas como Netflix, Prime Video o Movistar Plus+ han aprovechado para ampliar sus catálogos y ofrecer así los mejores contenidos a sus millones de suscriptores, repartidos por todas las partes del mundo.

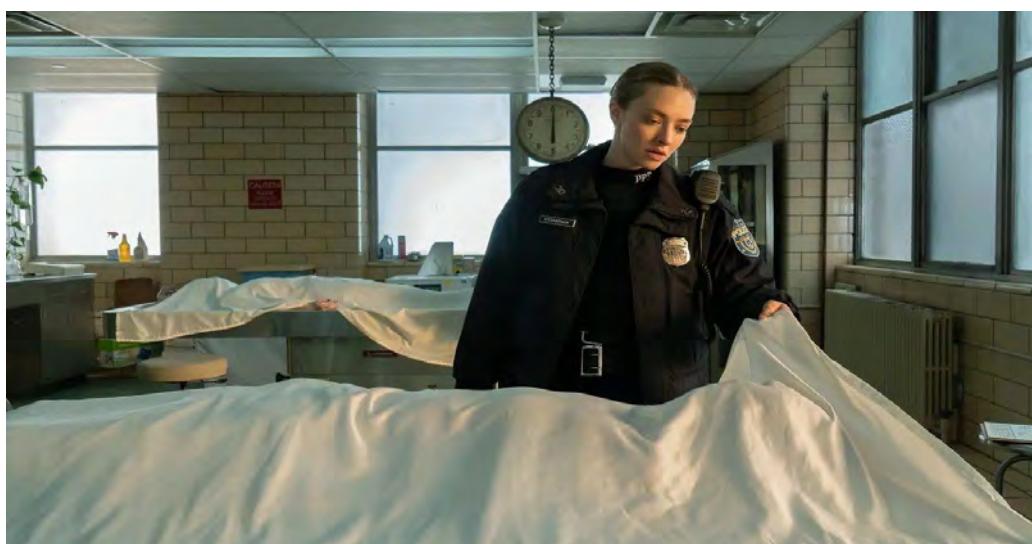
Debido a su brevedad, las miniseries se han convertido en la mejor opción para disfrutar de una tarde de sofá y palomitas. Es el caso de 'El largo río de las almas', la producción protagonizada por Amanda Seyfried que llegó a Movistar Plus+, bajo suscripción, el pasado 30 de abril.

La miniserie dirigida por Liz Moore y Nikki Toscano tan solo tiene 8 episodios de aproximadamente una hora cada uno. Lo que la convierte en una producción perfecta para ver en una sola tarde. Otro de sus atractivos es el gran reparto con el que cuenta, en el que además de Amanda, encontramos a grandes rostros del cine como Nicholas Pinnock o Patch Darragh.



Sinopsis de 'El largo río de las almas'

Mickey Fitzpatrick es una agente de policía de Filadelfia cuya patrulla cubre un barrio devastado por la crisis de adicción a los opioides. Mickey, que se ha criado en la zona, ha ido viendo cómo la ciudad se ha ido degradando y muchos han caído en la drogodependencia.



Cada día recorre las calles enfrentándose a esta dura realidad, pero la situación se agrava aún más cuando un asesino comienza a actuar matando a chicas muy jóvenes y adictas. Mickey se da cuenta de que su propia historia personal podría estar relacionada con el caso.

Ella lleva años distanciada de su hermana Casey por su adicción a las drogas. Después de estar un año limpia, Casey volvió a consumir y con todo el dolor de su corazón, Mickey le cerró las puertas de su casa y de su vida. Pero desde la distancia la vigila y vela por ella. Cuando Casey desaparece y con un asesino suelto en las calles, Mickey teme seriamente por la vida de su hermana.

Operadores

Movistar Plus+ hace una jugada maestra llenando por sorpresa su plataforma con películas imprescindibles

Justo Romanos | Publicado el 08 de mayo, 2025 · 20:30



Movistar Plus+ nos sorprende con una novedad inesperada al anunciar que este mes de mayo su plataforma se llena de películas, incluyendo entre ellas muchos títulos imprescindibles. No son estrenos, sino títulos de altísima calidad que han arrasado en el cine y, además, algunos de los mayores éxitos de Hollywood.

El mes de mayo va a estar cargadísimo de cine en Movistar Plus+. Además de todos los estrenos que ya mencionamos hace unos días, de los nuevos canales y todo lo demás, la plataforma de Movistar a la que **te puedes suscribir por 9,99 euros**, recarga su catálogo con montones de películas.

Y es una noticia fantástica, puesto que las podremos ver bajo demanda a nuestro ritmo sin esperar a que las echen en los canales. ¿El motivo de esta oleada de películas? En realidad, hay dos.

Homenaje a Robert De Niro

El día 13 de mayo el mítico Robert De Niro se hará con un premio de Honor en el Festival de Cannes de este año 2025. Y, debido a ello, Movistar Plus+ lo quiere celebrar llenando su catálogo con sus mejores películas. Y no creas que van a ser cinco o seis títulos, sino que la plataforma le rinde tributo con una cantidad de películas que será una auténtica gozada. Así, vamos a poder ver algunos de sus grandes clásicos, pero también títulos más recientes e incluso producciones que no es tan frecuente ver en streaming. La lista de las películas que llegarán el 13 de mayo o que ya están disponibles, incluye **Taxi Driver**, **Ámsterdam**, **Una terapia peligrosa**, **El becario**, **Casino** o **Novecento (1900)**.



Además, por si te quedas con ganas de más De Niro, otras de las películas que Movistar Plus+ ha seleccionado son **El cazador**, **Joker**, **Uno de los nuestros**, **El rey de la comedia**, **Noche de fin de año** y **La cortina de humo**. Así, puedes ver que no solo hay grandes películas, sino que, además, la selección cubre la amplia mayoría de géneros en los que el actor ha dejado huella a lo largo de las décadas.

Selección de películas de Cannes

Como este mes se celebra Cannes, Movistar Plus+ no duda en seguir la tradición y sacar la artillería. La cita será entre el día 13 y el 24, periodo en el cual el catálogo de la plataforma se cubrirá con muchos de los grandes títulos que han arrasado en el festival. Además, por supuesto, Movistar Plus+ permitirá ver la gala de clausura y un programa especial con Cristina Teva a la cabeza.



Tal y como mencionábamos sobre las películas de Robert De Niro, algunos de estos títulos ya están disponibles en Movistar Plus+, mientras que otros se irán lanzando en los próximos días. El repertorio de películas se divide en tres bloques: las triunfadoras de Cannes 2024, películas que han pasado por Cannes en otros años y una selección de Rodrigo Sorogoyen. Esta última es por la presencia de Sorogoyen como jurado en el certamen. De este cineasta podremos ver *Apagón*, *Antidisturbios* o *Los años nuevos*. Por su lado, de 2024 las películas disponibles son *Emilia Pérez*, ***La luz que imaginamos***, *Volveréis*, ***La semilla de la higuera sagrada***, ***El hombre que no pudo permanecer en silencio*** y *Las novias del sur*.

En último lugar, toma nota de la larguísima lista de títulos de otras ediciones de Cannes que también están disponibles en Movistar Plus+ como parte de esta iniciativa para ver buen cine:

- Death Proof
- M.A.S.H.
- Monstruo
- Malditos bastardos
- El sentido de la vida
- Parásitos
- A fuego lento
- Secret Sunshine
- Los peores
- De tal padre, tal hijo
- Volver
- Buscando a Eric
- Fallen Leaves
- Papicha, sueños de libertad
- El árbol de la vida
- La buena estrella
- La cinta blanca

- Anatomía de una caída
- Los paraguas de Cherburgo
- Border
- Disorder, el protector
- Cold War
- Un profeta
- El cielo sobre Berlín
- La pianista
- Caro diario (Querido diario)
- How to Have Sex
- Route Irish
- Cría cuervos
- La zona de interés
- El reino animal
- Todo sobre mi madre
- Pan y rosas
- El sol del futuro
- El viento que agita la cebada
- Montsouris
- La Dolce Vita
- Criatura
- La ciudad de los niños perdidos
- Great Freedom (Gran Libertad)



Recuerda que, todo esto, lo puedes disfrutar con **la suscripción de Movistar Plus+**, así que, si te gusta el cine, vas a tener entretenimiento para rato. Un mes más, la televisión de Movistar consigue reforzar sus contenidos de manera excelente.

07 mayo, 2025 - SatCesc.com

Movistar Plus+ lanza dos nuevos canales dedicados al cine

Movistar Plus+ continúa apostando por los canales pop-up, ofreciendo a sus abonados nuevas propuestas de contenido temático por tiempo limitado.

La plataforma de Telefónica ha activado recientemente la señal del canal Comedia Española por M+, y prepara el lanzamiento de Tom Cruise por M+, un canal dedicado en exclusiva al popular actor estadounidense.

Comedia Española por M+: humor patrio en emisión temporal

Este canal ya está disponible a través del satélite Astra 1P (19,2º Este) en la frecuencia 10.788-V MHz (DVB-S, 8PSK, MPEG-2, SR 22000, FEC 5/6). Sirve como contenido de relleno, una práctica habitual en los canales pop-up utilizados para promocionar contenidos concretos o cubrir huecos de programación.

En Comedia Española por M+, los espectadores pueden disfrutar de una selección de películas y series de humor nacional, rindiendo homenaje a los grandes nombres del género en España, desde clásicos del cine español hasta comedias más recientes.



Tom Cruise por M+: una estrella de Hollywood con canal propio

A partir del 8 de mayo y hasta el 25 del mismo mes, los fans de Tom Cruise estarán de enhorabuena. Movistar Plus+ dedica un canal exclusivo al actor con una programación especial que incluirá algunas de sus películas más icónicas, como Top Gun, Misión: Imposible, Jerry Maguire, Collateral, El último samurái o La guerra de los mundos, entre otras.

Este canal está disponible vía satélite en la frecuencia 11.127-V MHz (DVB-S, 8PSK, MPEG-2, SR 22000, FEC 5/6) a través del dial 15 de Movistar Plus+, también por el mismo satélite Astra 1P.

La iniciativa forma parte de la estrategia de Movistar Plus+ para ofrecer contenidos exclusivos y atractivos de forma puntual, aprovechando efemérides, aniversarios o la popularidad de determinadas figuras del mundo del cine.

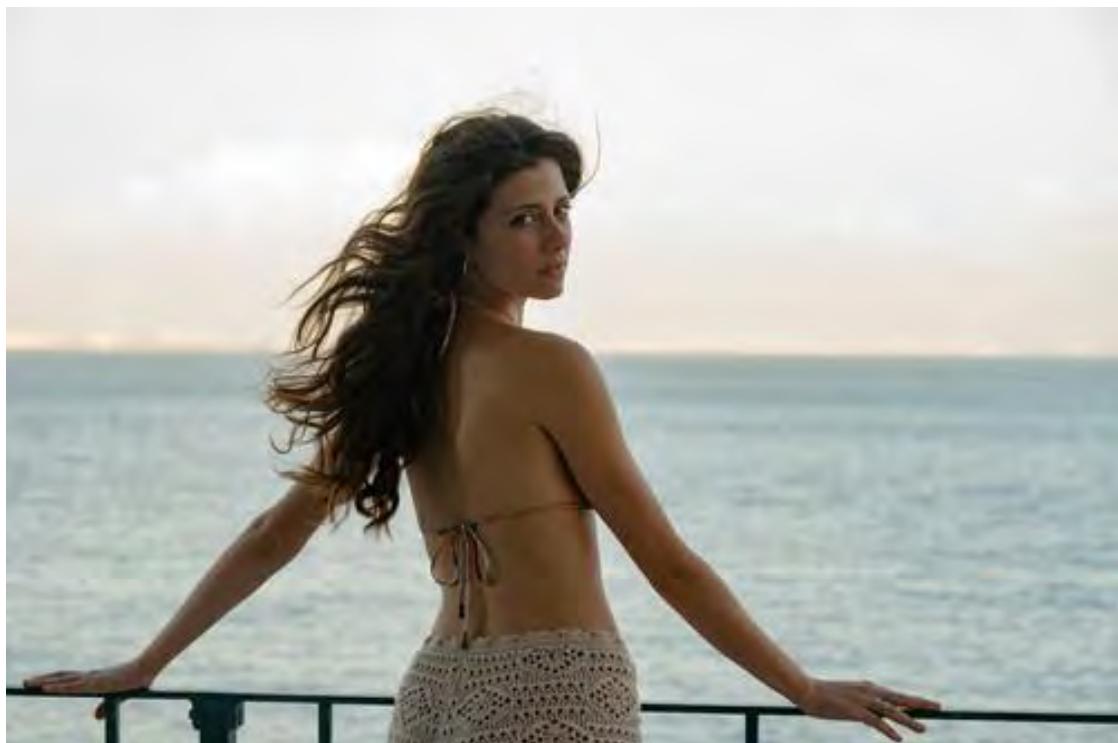
Ambos canales representan una oportunidad para los abonados de redescubrir títulos emblemáticos, tanto del cine español como de la filmografía de una de las mayores estrellas de Hollywood.

TRENDENCIAS

Una carta de amor a Nápoles: Movistar+ tiene la película que mejor retrata la belleza de lo efímero

Una epopeya a manos de Sorrentino sobre el caos que provoca la belleza

Hace 9 horas Noemí Valle



Cuando pienso en una película de Paolo Sorrentino, pienso en la belleza de lo efímero. En más de uno de sus films puedes pasarte horas extasiada frente a la pantalla, seducida por imágenes inolvidables sin tener ni idea qué historia nos está queriendo contar el director. Lo hipnótico es la fotografía, hace que te olvides del subtexto, te abandonas a un rostro hermoso, un paisaje burbujeante, una frase musicada. En 'Parthenope' (2024) pasa un poco eso, aunque aquí sí hay trasfondo: el efecto devastador de la incommensurable belleza que una mujer provoca sobre su entorno.

Soy de las que jamás quiere ver un tráiler, prefiero una sinopsis. Así que te dejo un breve aperitivo antes de pulsar el play de esta cinta disponible en Movistar+ y Filmin: Parthenope (Celeste Dalla Porta) es la representación corpórea de Nápoles. A través de ella nos sumergimos en un viaje desde su nacimiento en 1950 hasta hoy. Nos cruzamos con

amores breves, tragedias vitales y una juventud que la dejará marcada para siempre. Todo ello está filmado con tintes al estilo de Fellini intentando indagar en el caos que produce la belleza.



En la mitología griega, Parthenope fue una sirena que se arrojó al mar tras no conseguir hechizar a Ulises con su canto. Su cuerpo llegó varado hasta la costa donde se fundó posteriormente la ciudad de Nápoles. No es casualidad que la protagonista de esta película reciba su nombre, porque ella misma encarna la belleza onírica de este magnético lugar. Un arma de doble filo que acaba volviéndose contra ella, culpa de la extenuante mirada masculina de la que jamás consigue liberarse. Vive atrapada en la imagen escultural que proyecta, en una idealización permanente por parte de los hombres que la rodean. Resulta algo sofocante, incluso tras la pantalla, esa imposibilidad de ser feliz bajo el yugo de un rostro hipnótico.

Ella intenta luchar a toda costa contra esta especie de hechizo, por eso decide estudiar antropología. A veces resulta hasta exasperante soltando con tranquilidad frases como "no sé nada, pero me gusta todo". Parece que nunca está del todo en el lugar que se encuentra, atravesada para siempre por la pérdida, medio maldita. Intentas seguir el hilo de la película, pero al final Sorrentino no habla de nada más que la belleza. Y está bien, porque todo sucede mientras suena 'Era già tutto previsto' de Riccardo Cocciante y la cámara gira y gira. Y el cine también es eso.



Hay ratos que el film se vuelve un carrusel de imágenes que más bien parecen un anuncio de Dolce & Gabanna y solo te apetece dejar de ceder ante el despertador, coger un avión con destino Capri para sumergirte desnuda durante horas en esas aguas eléctricas del mediterráneo y experimentar en carne propia ese "dolce far niente". Ese hedonismo con el que Sorrentino mira su ciudad natal, nos lo contagia como un virus y tras el éxtasis nos enseña la doble cara, el reverso de la imagen de postal. Nápoles siempre sabe cómo hacerte daño.



MOVISTAR+

La semilla de la higuera sagrada, el thriller iraní que sacude conciencias y desafía al régimen Iraní

Rodada en secreto, premiada en Cannes y San Sebastián, y filmada en plena represión iraní, esta cinta firmada por Mohammad Rasoulof es un acto de valentía política



Póster de *La semilla de la higuera sagrada*. / Movistar Plus+

Juan Manuel Mazas 08/may/25

No es solo una película. *La semilla de la higuera sagrada* es una denuncia disfrazada de thriller, un grito sofocado que atraviesa fronteras y se cuela, con sigilo y precisión, en el seno de una familia iraní para mostrar la violencia estructural de un régimen que castiga el pensamiento libre.

Su autor, Mohammad Rasoulof, no lo tuvo fácil: perseguido por su cine, condenado a ocho años de prisión y a decenas de latigazos, tuvo que huir a pie por las montañas para evitar la cárcel. Hoy, exiliado en Alemania, ha logrado que su última película sea candidata a representar a ese país en los próximos Premios Oscar.

Estrenada en el Festival de Cannes 2024, donde se alzó con el Premio Especial del Jurado y el Premio FIPRESCI, y reconocida con el Premio del Público en el Festival de San Sebastián, la película llega ahora al público a través de las plataformas, tras

un recorrido internacional marcado por la valentía de su realización y la crudeza de su contenido. Desde el pasado jueves 8, puede verse en Movistar Plus+.

La historia se sitúa en Teherán durante el otoño de 2022, en plena ola de protestas por la muerte de Mahsa Amini, la joven detenida por la policía moral iraní por no llevar bien el velo. Es el punto de inflexión del movimiento Mujer, vida, libertad, que agita los cimientos del país. En este contexto, Rasoulof sitúa a Iman, un abogado del sistema judicial iraní a punto de convertirse en juez de instrucción, cuya vida empieza a resquebrajarse desde dentro.



Cuando desaparece la pistola que el gobierno le ha entregado para su protección, Iman se hunde en un estado de paranoia. Sospecha de su esposa y de sus dos hijas adolescentes. La tensión se dispara. La casa, antes espacio de refugio, se convierte en un campo de batalla. Mientras tanto, en las calles, las manifestaciones crecen. Rasoulof intercala imágenes reales de las protestas, en un gesto casi suicida si se considera que el filme fue rodado en Irán sin el conocimiento de las autoridades.

Como ocurrió con Viridiana, la mítica película de Buñuel rodada en la España franquista, la cinta de Rasoulof se cuela por las grietas del sistema. Solo que en este caso, las consecuencias han sido mucho más dramáticas: el exilio, la cárcel, la tortura. Pero también, como entonces, el cine ha hablado, y lo ha hecho alto y claro.

@mundiario