RESUMEN DE MEDIOS **VIERNES, 13 DE JUNIO DE 2025**

TELEFÓNICA

Marc Murtra defiende en el Congreso su gestión profesional al frente de Telefónica (EL PAÍS, Cinco Días)

Murtra llama a fusiones en plenos rumores de compra de Vodafone (ABC)

Telefónica potenciará el negocio de Defensa en su nuevo giro estratégico (La Vanguardia)

MOVISTAR PLUS+

Prime Video y Netflix se echan a temblar por el éxito de Movistar Plus+ (Adslzone.net)

ENTREVISTA EXCLUSIVA CON ÁLVARO MORATA

Una experta en psicología deportiva aplaude la respuesta de Morata ante su linchamiento en redes: "Escucharle es un gusto" (SER)

Álvaro Morata revela sus luchas personales en documental de Movistar+ (ABC)

Álvaro Morata habla como nunca de su ruptura con Alice Campello (ABC)

Álvaro Morata: "Lo de Lamine Yamal puede frustrar a muchos jóvenes" (La Razón)

Álvaro Morata habla alto y claro sobre sus problemas de salud mental y la medicación: "Me dormí jugando a la Play con Grimaldo y Baena" (El Español, Grupo VOCENTO)

Álvaro Morata se sincera en Movistar Plus+ sobre su salud mental: "He sido mi peor enemigo, pero no pasa nada por pedir ayuda" (El Periódico)

Dientes, Morata, dientes, que eso es lo que les jode (Juanma Rodríguez en Libertad Digital)

Álvaro Morata relata cómo fue su caída en la depresión: "Lo tenía todo y de repente..." (20 Minutos)

Morata: "No pasa nada por estar medicado" (SPORT)

La historia de superación de Morata: "Fui al Hipercor tras fallar el penalti ante Portugal" (Libertad Digital)

FICCIÓN ORIGINAL

LOS SIN NOMBRE

"Los sin nombre" celebrará su première en el Italian Global Series Festival (Variety)

Serielizados Presenta: `Los sin nombre' (Serielizados)

"Los sin nombre" "Es la serie española del año": (Diez Minutos)

LA CANCIÓN

Un éxcel "plagado de enlaces a vídeos e imágenes" de archivo y el uso de "entre 10 y 12 fuentes" para "dar frescura" a 'La canción' (Kinótico)

AMARGA NAVIDAD

`Bitter Christmas' de Pedro Almodóvar se vende al Reino Unido e Irlanda (ScreenDaily)

La próxima película de Pedro Almodóvar, `Bitter Christmas', llegará a los cines españoles y a Movistar Plus+ (IndieWire)

DEPORTE Y TV

Subidón de DAZN: 50.000 suscriptores en un mes para ver el Mundial de Clubes (El Confidencial Digital)

IMG se hace con los derechos del Mundial de Clubes 2025 tras un acuerdo con DAZN (Palco 23)

GolStadium amplía su oferta de fútbol internacional con la Copa Oro de la Concacaf 2025 (2PlayBook)

El canal de la Ligue 1 espera alcanzar el millón de suscriptores con un precio inferior al de DAZN (One Football)

Bundesliga renueva a beIN Sports como socio audiovisual en Francia hasta 2028-2029 (2Playbook)

Netflix fortalece su estrategia de eventos en directo con el combate entre Canelo y Crawford (2Playbook)

Del Hapoel al Nápoles: ¿hasta dónde llegará la entrada de capital `yankee' en el baloncesto europeo? (2Playbook)

La época dorada de Sky Sports News toca a su fin ante el crecimiento de las plataformas rivales (The Guardian)

TV DE PAGO ESPAÑA

2015-2025, 10 años de Netflix en España (Natalia Marcos en EL PAÍS)

La clave detrás del gran éxito de Netflix en España: "Han inventado el negocio de pagar por 'Los Serrano'" (Cadena SER)

Las luces y sombras de 10 años de Netflix y un Hollywood de remakes (Cadena SER)

DAMA y Netflix premian a cinco proyectos en la tercera edición del concurso `Cuéntanos las historias que nadie cuenta' (Audiovisual 451)

Publicidad en Prime Video: más anuncios y su impacto en los CPM del streaming premium (Puro Marketing)

McKinsey: menos de la mitad de las espectadoras prefiere los atracones de series (Puck)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

El informe del CAC 2024 analiza el papel disruptor de la IA en el audiovisual (Panorama Audiovisual, INFORME CAC)

La colaboración interinstitucional es la clave de la internacionalización del cine español, que mira ahora al mercado asiático (Audiovisual 451)

Francia busca en España un aliado para la defensa del modelo audiovisual europeo y anima a los productores a luchar por mantener las IPs de sus obras (Audiovisual 451)

Secuoya Studios se asocia con Sydney Gallonde para expandirse en Francia (Variety, Cveintiuno, TTV News)

Johanna Koljonen presenta el Nostradamus Report 2025 en ECAM Forum (Rubik Audiovisual)

RTVE prepara el final de "La familia de a tele" (El Mundo, ABC, La Vanguardia)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

La primera demanda de los estudios de Hollywood contra la IA envía una advertencia a los gigantes tecnológicos: «La piratería es piratería» (The Wrap)

Ejecutivos de animación advierten en Annecy que el uso de IA se ha vuelto "radiactivo" en la industria (Cveintiuno)

Los guionistas chinos están encontrando formas de utilizar la IA: ¿está Hollywood preparado para reescribir el guión? (The Wrap)

La gran migración de la oferta con anuncios de Netflix (Puck)

Netflix sigue siendo optimista sobre la producción global a pesar de la amenaza arancelaria de Trump (The Wall Street Journal)

Warner Bros. Discovery se separa. Tenemos preguntas (Vulture)

Por qué el jefe de Warner, David Zaslav, tiene que dividir el imperio mediático que construyó (The Wall Street Journal)

Warner Bros. Discovery cerrará HBO Family, ThrillerMax y otros canales multiplex (Variety)

Compañías ricas v. compañías pobres: No todas las escisiones son iguales (The Hollywood Reporter)

WarnerBros.Discovery vuelve a rectificar. ¿Qué viene ahora? (Variety)

Amazon duplica los anuncios de Prime Video a seis minutos por hora (AdWeek)

Publicidad en Prime Video: más anuncios y su impacto en los CPM del *streaming premium* (Puro Marketing)

La batalla de los chicos *cool*: la guerra entre A24, Neon y Mubi por el título de la banda independiente de moda de Hollywood (The Hollywood Reporter)

El Italian Global Series Festival aspira a convertirse en los Emmy italianos con proyección global (Variety)

El nuevo festival de series italiano ambientado en la Riviera combina glamour, drama global y una dosis de controversia (Variety)

«El anime ya no es un nicho»: Mitch Berger, vicepresidente ejecutivo de Crunchyroll, adelanta su programación para 2025 en Annecy (Variety)

'Thunderbolts*' ha perdido millones de dólares a pesar de sus excelentes críticas. ¿Cuál es el próximo paso de Marvel? (Variety)

Un estudio de GLAAD revela que las películas LGBTQ+ en Hollywood alcanzan su nivel más bajo en tres años (The Wrap)

El sindicato SAG-AFTRA suspende la huelga contra las empresas de videojuegos y allana el camino para la vuelta al trabajo (The Hollywood Reporter)

El estado de las redes sociales: Instagram y Facebook siguen en la cima a pesar del auge de TikTok (The Wrap)

CINE ORIGINAL

AMARGA NAVIDAD

La actriz Milena Smit repite con Almodóvar (La Verdad de Cartagena)

Almodóvar rueda 'Amarga Navidad' entre Madrid y Lanzarote (Diario de Avisos)

Pedro Almodóvar ya ha empezado el rodaje de "Amarga Navidad" (Los 40, DeCine21, Dod Magazine, Grazia, BarnaFotoPress, Vandal, Moobys, AquíTV, Grupo Promecal)

SIRÂT

Ver una película para pasarlo mal: el fenómeno de 'Sirat' y el "cine de la crueldad" (EL PAÍS ICON)

Oliver Laxe: "Quería hacer una película para un público nuevo: Sirât tiene profundidad y, al tiempo, frescura" (Atlántico)

Entrevista con Oliver Laxe: el cine que emociona (Neo2)

Actores poco memorables bien encuadrados (ABC Cultural)

Oliver Laxe: entre la realidad y el mito (Faro de Vigo)

Oliver Laxe revoluciona el estreno en Vigo de "Sirât" (Atlántico)

Oliver Laxe lleva a la Plaza de Quintana la "rave" de "Sirât" (La Voz de Galicia, El Correo Gallego)

O camiño, a verdade e a vida (Faro de Vigo)

"Sirât": una odisea hacia el abismo (Simone Saibene en La Región)

Crítica de 'Sirât', pellicular española galardonada en Cannes (José Martínez Ros en Mondosonoro)

La ferida profunda de "Sirat" (Jordi Bordas en Regió7)

"Hundimos nuestras cabezas en los altavoces para no escuchar cómo el mundo se derrumba" (Pedro Ludena en La Nueva Crónica)

'Sirât', carretera perdida hacia el apocalipsis en tu corazón (Irantzu Varela en Pikara Magazine)

'Sirât': lo sensorial (Antonio Boñar en iLeón)

SIRÂT | Lo opuesto a una 'feel good movie' (PolMorales en La Pantalla)

NO FICCIÓN ORIGINAL

ELLAS EN LA CIUDAD

Las mujeres de parque Alcosa hablan claro: «Los hombres eran muy machistas» (ABC Sevilla)

PEDRO X JAVIS

Los Javis con Almodóvar: "Si en los 80 hubiera existido OnlyFans, habría hecho películas de él" (El Confidencial)

El homenaje de Los Javis sobre Almodóvar se podrá ver el 19 de junio en Movistar Plus+ (La Vanguardia/ EFE, Europa Press(Cultura Ocio, Aquí TV))

LAS BERROCAL

'Las Berrocal' el reality adictivo que no puedes dejar de ver (Semana)

Rocío Martín Berrocal: "Nunca he estado a la sombra de mi hermana, sino a su lado en un segundo plano" (El Español)

Rocío, hermana de Vicky Martín Berrocal: "Estoy aprendiendo a habituarme a todo esto. Me pongo nerviosa" (Lecturas)

Alba Díaz, hija de Vicky Martín Berrocal, para los pies a su abuela Victoria: "No puedes seguir pensando que lo que tú has vivido y has aceptado es lo correcto" (Lecturas)

Vicky Martín Berrocal 'incendia' Instagram con el bañador perfecto para mujeres mayores de 50: "Te queda genial" (Mujer Hoy)

MOVISTAR PLUS+

"Miss Austen": la hermana mayor de Jane Austen (Lorenzo Mejino en Series para Gourmets - Diario Vasco)

La poco idílica vida de Jane Austen, la gran maestra literaria del romance que murió soltera a los 41 años (El Mundo)

"Miss Austen": Las cartas de la memoria (Fernando L. Simó en Mundoplus.tv)

Miss Austen: un drama inexplorado inspirada en hechos reales que nos acerca a Jane Austen en 4 episodios adictivos (Lecturas)

"Miss Austen": estreno en Movistar+ y crítica (El sitio de Jane)

Ya está en *streaming* la miniserie británica sobre Jane Austen que retrata un hecho secreto de su vida (QuéVer)

De qué trata `Miss Austen' la nueva serie de época de Movistar Plus+ (Es Diario)

"El camino estrecho": Jacob Elordi va a la guerra (Club RENFE)

"El largo río de las almas": drama, familia y misterio (Club RENFE)

'Caminar entre dinosaurios': un viaje al pasado desde el presente (ABC)

"Thriller por M+", un nuevo canal de cine con todas estas películas (Adslzone.net)

Si te gustó 'Adolescencia', esta miniserie británica es un éxito en Movistar Plus+ y dura menos de cuatro horas (El Televisero)

"Dos familias", el *thiller* psicológico más adictivo está en Movistar Plus+: una miniserie que dura menos de 4 horas (AV Pasión)

`Último acto', la miniserie de Movistar Plus+ de tan solo 3 episodios y basada en hechos reales que te puedes acabar en una tarde (Mundo Deportivo)

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 7
AVE: 8814 €
ÁREA: 398 CM² - 61%

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

13 Junio, 2025



Murtra defiende en el Congreso su gestión profesional al frente de Telefónica

El presidente de la teleco afirma que podrían acometer inversiones en defensa, pero bajo la batuta del Gobierno y de Indra ▶ Enfatiza que el objetivo es salir de Hispanoamérica por su baja rentabilidad

RAMÓN MUÑOZ
MADRID

El presidente de Telefónica, Marc Murtra, defendió ayer la profesionalidad de su gestión desde que tomó las riendas de la compañía el pasado mes de enero y la transparencia de su nombramiento, que fue respaldado por el 100% del consejo de administración, contando con el apoyo tanto de los consejeros en representación de los accionistas de referencia (SEPI, CriteriaCaixa, STC y BBVA) como de los consejeros independientes. El ejecutivo respondía así a las duras críticas del PP durante su comparecencia este jueves en la Comisión Mixta de Seguridad Nacional del Congreso de los Diputados.

Murtra insistió en que su nombramiento se produjo a propuesta de la comisión de nombramientos de la compañía, con la unanimidad de todo el consejo, y que hubiera bastado la abstención de dos consejeros para abortar su elección. Respecto a los nombramientos, animó al PP a que investigue los currículos profesionales de los cargos nombrados bajo su mandato.

El expresidente de Indra recordó que Telefónica es una compañía con presencia en varios países y con accionistas internacionales, y que está sometida al análisis de 26 bancos de inversión. Además, señaló que desde su llegada a la presidencia el pasado 19 de enero, Telefónica se ha revalorizado un 20%, "debido a muchos factores, entre ellos la labor del presidente". Respecto a su pertenencia en cargos públicos ligados a Gobiernos del PSOE, se mostró orgulloso de su papel en el ámbito público y defendió "las puertas giratorias siempre que estén bien gestionadas".



El presidente de Telefónica, Marc Murtra, durante su comparecencia de ayer en el Congreso. EP

Se mostró favorable a "las puertas giratorias siempre que estén bien gestionadas"

Destacó que la teleco se ha revalorizado un 20% desde su llegada

Sobre la reciente inversión de 500 millones en Venezuela, puntualizó que Telefónica no ha invertido 500 millones de dólares, sino que ese es el coste del espectro radioeléctrico para poder seguir operando, y enfatizó que la política de la compañía es salir de Hispanoamérica por su baja rentabilidad, dando a entender por primera vez que también pretende abandonar el mercado venezolano. En materia de censura por corte de la señal, Murtra indicó que Telefónica se limita a cumplir con la legislación de cada país donde opera.

La comparecencia, a petición del PP, se producía formalmente para explicar la actividad de Telefónica en materia de seguridad y defensa, uno de los motivos que esgrimió el Gobierno para que el Estado volviera a entrar en el capital de la operadora en mayo de 2024 con la compra del 10% por parte de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) por 2.284 millones de euros.

Papel de la seguridad

En su intervención inicial, Murtra se centró en el motivo oficial de la comparecencia, defendiendo el papel que juega la seguridad como una de las políticas clave de Telefónica, alineada con la Estrategia de Seguridad Nacional de España publicada en 2021, y actualmente vigente.

El presidente de Telefónica aseguró que su grupo invertirá en el ámbito de la defensa, ya que esa apuesta resultará "provechosa para la creación de tecnología". Sin embargo, eludió concretar cualquier inversión o cuantificarla, ya que se trata "de una línea de trabajo en la que Telefónica va a trabajar de forma subordinada a la política que marque el Ministerio de Defensa", y sin determinar estrategias que corresponden al Estado.

En ese sentido, recordó que el Gobierno ha decidido que Indra sea el coordinador nacional de la industria en materia de defensa, por lo que se pone al servicio de esta firma que presidía el propio Murtra antes de ser fichado por Telefónica

El presidente de la operadora desveló que solo en España la compañía sufre a diario una media de 35 ataques a su infraestructura de red, 600.000 peticiones ilícitas a los servicios web y mensualmente 135 millones de intentos de robo de credenciales de los clientes de Movistar+. En la lucha contra la piratería, en 2024, detectaron 5,3 millones de infracciones de consumo irregular de contenido de televisión; se denunciaron 61.218 perfiles de redes sociales; se solicitó la desactivación de 219.782 enlaces a eventos en vivo, y el bloqueo de 5.114 enlaces o direcciones IP en el cumplimiento de dos sentencias judiciales.

A escala de usuario, Telefónica contribuye a la prevención del fraude con la activación de alarmas en la red para detectar altos volúmenes de tráfico de voz a destinos de alta tarificación y la monitorización de tráficos masivos de mensajería para evitar estafas de mensajes de texto con enlaces fraudulentos. En ese sentido, Telefónica evitó 76.130 altas de líneas móviles fraudulentas con herramientas propias en 2024.

En este campo colabora con Policía Nacional en la lucha contra las estafas a través de llamadas telefónicas o mensajes de texto que suplantan a entidades bancarias. Telefónica se adelantó a los plazos establecidos en la orden ministerial publicada en febrero y desde marzo ha bloqueado 600.000 llamadas ilícitas diarias.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 30
AVE: 26611 €
ÁREA: 225 CM² - 46%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49152
OTS: 758000
SECCIÓN: ECONOMIA Y TRABAJO

13 Junio, 2025





Marc Murtra, ayer en el Congreso de los Diputados. FERNANDO SÁNCHEZ (EP)

Murtra defiende en el Congreso la profesionalidad de su gestión

Afirma que Telefónica podría acometer inversiones en defensa, pero bajo la batuta del Gobierno y de Indra

RAMÓN MUÑOZ
Madrid

El presidente de Telefónica, Marc Murtra, defendió la profesionalidad de su gestión desde que tomó las riendas de la compañía el pasado mes de enero y la transparencia de su nombramiento, que fue respaldado por el 100% del consejo de administración, contando con el apoyo tanto de los consejeros en representación de los accionistas de referencia (SEPI, CriteriaCaixa, STC y BBVA) como de los consejeros independientes. El ejecutivo respondía así a las duras críticas del PP durante su comparecencia, ayer, en la Comisión Mixta de Seguridad Nacional del Congreso de los Diputados.

Murtra insistió en que su nombramiento se produjo a propuesta de la Comisión de Nombramientos de la compañía, con la unanimidad de todo el consejo, y que hubiera bastado la abstención de dos consejeros para abortar su elección. Respecto a los nombramientos, animó al PP a que investigue los currículos profesionales de los cargos nombrados bajo su mandato.

El expresidente de Indra recordó que Telefónica es una compañía con presencia en varios países y con accionistas internacionales, y que está sometida al análisis de 26 bancos de inversión. Además, señaló que desde su llegada a la presidencia el pasado 19 de enero, Telefónica se ha revalorizado un 20%, "debido a muchos factores, entre ellos la labor del presidente". Respecto a su pertenencia en cargos públicos ligados a gobiernos del PSOE, se mostró orgulloso de su papel en el ámbito público y defendió "las puertas giratorias siempre que estén bien gestionadas".

Sobre la reciente inversión de 500 millones en Venezuela, puntualizó que Telefónica no ha invertido 500 millones de dólares, sino que ese es el coste del espectro radioeléctrico para poder seguir operando, y enfatizó que la política de la compañía es salir de Hispanoamérica por su baja rentabilidad, dando a entender por primera vez que también pretende abandonar el mercado venezolano. En materia de censura por corte de la señal, Murtra indicó que Telefónica se limita a cumplir con la legislación de cada país donde opera.

La comparecencia, a petición del PP, se producía formalmente para explicar la actividad de Telefónica en materia de seguridad y defensa, uno de los motivos que esgrimió el Gobierno para que el Estado volviera a entrar en el capital de la operadora en mayo de 2024 con la compra del 10% por parte de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) por 2.284 millones de euros.

El ejecutivo revela que la compañía sufre cada día 35 ataques a su red

Desde su llegada a la presidencia en enero, la compañía se ha revalorizado un 20%

El presidente de Telefónica aseguró que su grupo invertirá en defensa, ya que esa apuesta resultará "provechosa para la creación de tecnología". Sin embargo, eludió concretar cualquier inversión o cuantificarla, ya que se trata "de una línea de trabajo en la que Telefónica va a trabajar de forma subordinada a la política que marque el Ministerio de Defensa", y sin determinar estrategias que corresponden al Estado. Recordó que el Gobierno ha decidido que Indra sea el coordinador nacional de la industria en esta materia, por lo que se pone al servicio de esta firma que presidía el propio Murtra antes de ser fichado por Telefónica.

El presidente de la operadora desveló que solo en España la compañía sufre a diario una media de 35 ataques a su infraestructura de red, 600.000 peticiones ilícitas a los servicios web y mensualmente 135 millones de intentos de robo de credenciales de los clientes de Movistar+. En la lucha contra la piratería, en 2024 detectaron 5,3 millones de infracciones de consumo irregular de contenido de televisión; se denunciaron 61.218 perfiles de redes sociales; se solicitó la desactivación de 219.782 enlaces a eventos en vivo, y el bloqueo de 5.114 enlaces o direcciones IP en el cumplimiento de dos sentencias judiciales.

ABC

13 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 34
AVE: 13962 €
ÁREA: 143 CM² - 40%

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



Murtra llama a fusiones en plenos rumores de compra de Vodafone

▸ El presidente de Telefónica pide crear «campeones europeos» frente a EE.UU. y China

DANIEL CABALLERO
MADRID

«Nuestro objetivo es hacer que Telefónica sea relevante». Marc Murtra, presidente de Telefónica, compareció ayer en el Congreso de los Diputados para dar cuenta de sus retos como primer ejecutivo de la teleco española. Al igual que hizo en la presentación de sus primeros resultados y en la junta de accionistas, el directivo insistió en que quiere ser protagonista en Europa como uno de los actores relevantes del Viejo Continente.

Para lograr ese protagonismo, para Murtra es fundamental facilitar la consolidación en el sector de las telecomunicaciones en Europa. «Se necesitan campeones europeos, con escala, con visión, con capacidad de innovar», señaló, al tiempo que instaba a los reguladores comunitarios a realizar «ajustes» para facilitar las operaciones. Unas palabras que se producen en medio de los rumores de que Telefónica planearía explorar la compra de Vodafone España.



Marc Murtra, Pte. de Telefónica // EP

Según publicó 'Expansión', Telefónica tendría contratado a AZ Capital para evaluar la operación dentro de su reflexión estratégica. Algo que la teleco nunca ha llegado a confirmar ni a desmentir, aunque Murtra sí ha hablado recientemente de que su acercamiento a Vodafone es especulación.

En el mercado, asimismo, se ha llegado a hablar también de la posibilidad de intentar una operación con la rumana Digi, que mete enorme presión a las operadoras tradicionales con su modelo de bajo coste.

En cualquier caso, como publicó ABC, los deseos de Telefónica de buscar mayor consolidación no se ven de momento en el resto de operadoras. Ni Masorange, ni Vodafone, ni Digi están por labor de entrar de manera voluntaria en fusiones amistosas ya que cada uno tiene sus planes en solitario y sus condicionantes.

Así las cosas, Murtra requiere campeones europeos para «reducir dependencias, competir globalmente y avanzar a una soberanía tecnológica europea». Ya que considera que el Viejo Continente se está quedando atrás en todos los sentidos y especialmente en el tecnológico, donde Estados Unidos y China llevan la delantera con holgura.

El presidente de Telefónica recordó la importancia de los informes Draghi y Letta para impulsar la competitividad y la autonomía estratégica de Europa frente a otras regiones del mundo. «Europa debe actuar y cambiar rápidamente. Debemos impulsar ecosistemas tecnológicos y de innovación», señaló en el Congreso. De no actuar, Murtra advirtió de que «Europa seguirá perdiendo relevancia tecnológica y no podrá decidir su futuro de forma autónoma».

En cualquier caso, el directivo recalcó que Telefónica va a acometer una gran transformación interna para ser «protagonista» en el ecosistema europeo. Aunque «para desatar nuestro potencial completo, se requiere un cambio significativo», ahondó.

Choque en el Congreso

La comparecencia de Murtra no solo sirvió para que este explicara sus objetivos como presidente sino también para que los diputados de PP y PSOE se enzarzaran en sus preguntas al directivo.

Rafael Hernando, del PP, cargó contra el Gobierno desde varios ángulos políticos y económicos, criticó la vuelta del Estado a Telefónica y también sacó a debate la elección de Murtra, cercano al PSC. Su dura intervención fue también fuertemente contestada por el diputado socialista Javier Rodríguez, quien sacó a relucir casos de corrupción de los populares y cuando se nombró a Juan Villalonga presidente de Telefónica en la etapa de Aznar para defender el nombramiento de Murtra, propuesto por el Gobierno de Pedro Sánchez.

LA VANGUARDIA

13 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 49
AVE: 24512 €
ÁREA: 454 CM² - 64%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52992
OTS: 361000
SECCIÓN: ECONOMIA



Telecomunicaciones

Telefónica potenciará el negocio de la defensa en su nuevo giro estratégico

Murtra prepara una nueva hoja de ruta para este año con Europa en el centro

IÑAKI DE LAS HERAS
Madrid

Telefónica se prepara para acometer un nuevo giro estratégico ahora que cuenta con un nuevo presidente, Marc Murtra, y que el mercado ha bendecido con subidas del 20% en bolsa el relevo al frente de la compañía. El nuevo concepto pasará por transformarse de un grupo de telecomunicaciones a otro de base tecnológica orientado hacia Europa y con esfuerzos redoblados en el ámbito de la defensa y la seguridad, en los que la UE se juega su autonomía. Hay muchos intereses económicos y estratégicos sobre la mesa.

En su comparecencia en el Congreso de los Diputados, Murtra explicó este jueves que Telefónica presentará su nuevo plan estratégico en el segundo semestre del año. La defensa "va a ser una línea de trabajo en la que vamos a priorizar y apostar para ayudar a las políticas de defensa de España y sus aliados", afirmó. "Allá donde podamos empujar, vamos a empujar fuerte".

Telefónica se alineará con Indra, del que fue precisamente presidente Murtra antes de cambiar a la *teleco*, pero desarrollará también su propio ecosistema de seguridad. "Todas las capacidades van a ser necesarias" y "queremos invertir, pero siempre subordinados a la política que marque el Ministerio de Defensa, que ha indicado que Indra es el coordinador", aseguró.

Lo cierto es que España se ha comprometido a elevar al 2% del PIB el gasto en defensa y la Comisión Europea ha puesto a disposición de los Estados créditos por 150.000 millones de euros para abordar el esfuerzo. A eso se suma un mayor alineamiento entre Telefónica y el Gobierno tras la compra de un 10% del capital por la SEPI para contrarrestar el desembarco de Saudi Telecom.



DANI DUCH

Marc Murtra, presidente de Telefónica

El presidente del grupo citó ante los diputados las "grandes amenazas del momento" para las telecomunicaciones españolas, entre las que destacan "los actores hostiles que trabajan al cobijo de un Estado". Son atacantes con "una profesionalidad y riesgo muy grande". "En España y en Europa no estamos tan bien pertrechados ante los ciberataques", avisó.

También hubo un mensaje específico para los cables submarinos de telecomunicaciones. El punto positivo es que existen redundancias y un sabotaje no implicaría la caída del sistema. "La desventaja es que un actor hostil no lo tiene tan difícil para ir a un sitio y cortarlo", advirtió.

La otra obsesión de Telefónica tiene que ver con Europa. Murtra aseguró abiertamente que la empresa quiere ser activa en el proceso de consolidación en el continente ante la necesidad de ganar escala y contribuir a la autonomía estratégica.

Sobre el futuro baile corporativo no dio pistas, ni siquiera acerca de más consolidaciones en España, donde Vodafone, controlada por el fondo Zegona, y Masorange, pendiente de salidas de accionistas, acabarán valorando nuevas operaciones.

A nivel europeo, los grandes actores son Vodafone, Deutsche Telekom, Orange y Telecom Italia, algunos de ellos con participaciones públicas significativas. Telefónica trabaja de manera estrecha con ellos en Bruselas, donde defiende el papel de las empresas de telecomunicaciones en el nuevo concepto de autonomía estratégica.

"Si no sucede, Europa seguirá perdiendo relevancia", afirmó acerca de la consolidación en el continente. "Si Europa quiere autonomía estratégica, debe generar sus propias capacidades tecnológicas", insistió Murtra.

La apuesta por Europa también es en parte fruto de la decisión adoptada en el 2019 de salir de Latinoamérica. En lo que va de año y ya con Murtra al frente, la empresa ha acelerado en el cierre de este programa de desinversiones con su salida de Argentina y Perú. Conservará en cambio el negocio en Brasil, al tiempo que se centrará en sus mercados clave, que son España, Alemania y Reino Unido.

El anterior plan estratégico, conocido como GPS, fue renovado en el 2023 y concluye este año. Fue la última aportación de José María Álvarez-Pallete como presidente, cuya gestión estuvo muy centrada en los esfuerzos por reducir la deuda.●

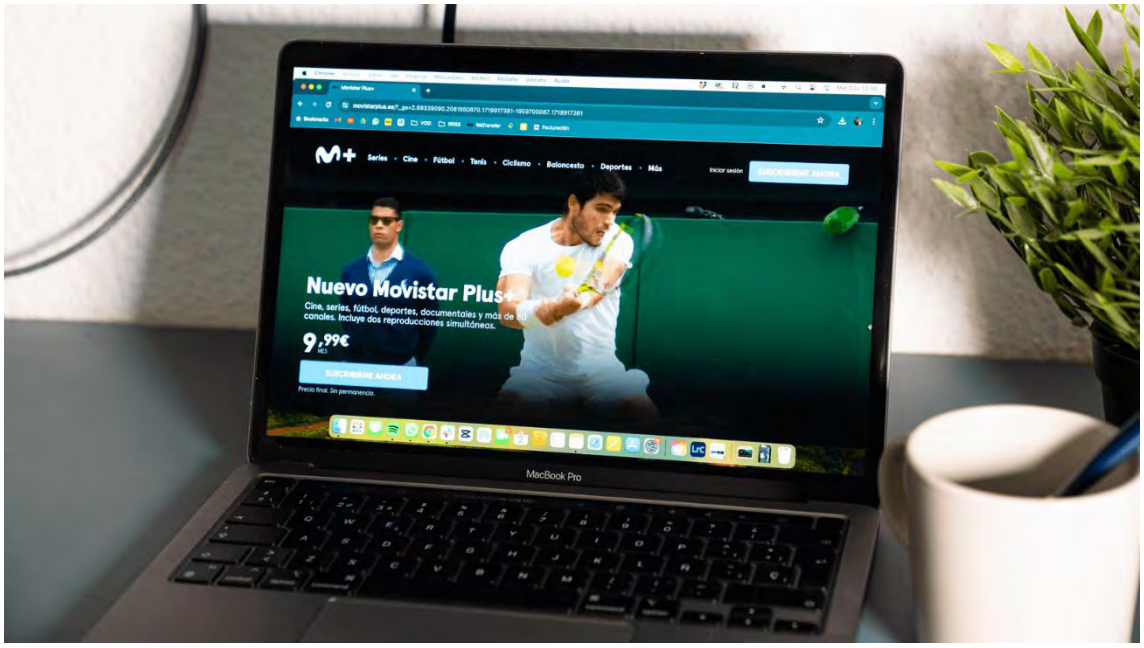
La vulnerabilidad de los cables submarinos y los ciberataques de estados hostiles preocupan al grupo

La compañía está decidida a ser parte activa en posibles consolidaciones a nivel europeo

Operadores

Prime Video y Netflix se echan a temblar por el éxito de Movistar Plus+

Justo Romanos | Publicado el 12 de junio, 2025 · 21:46

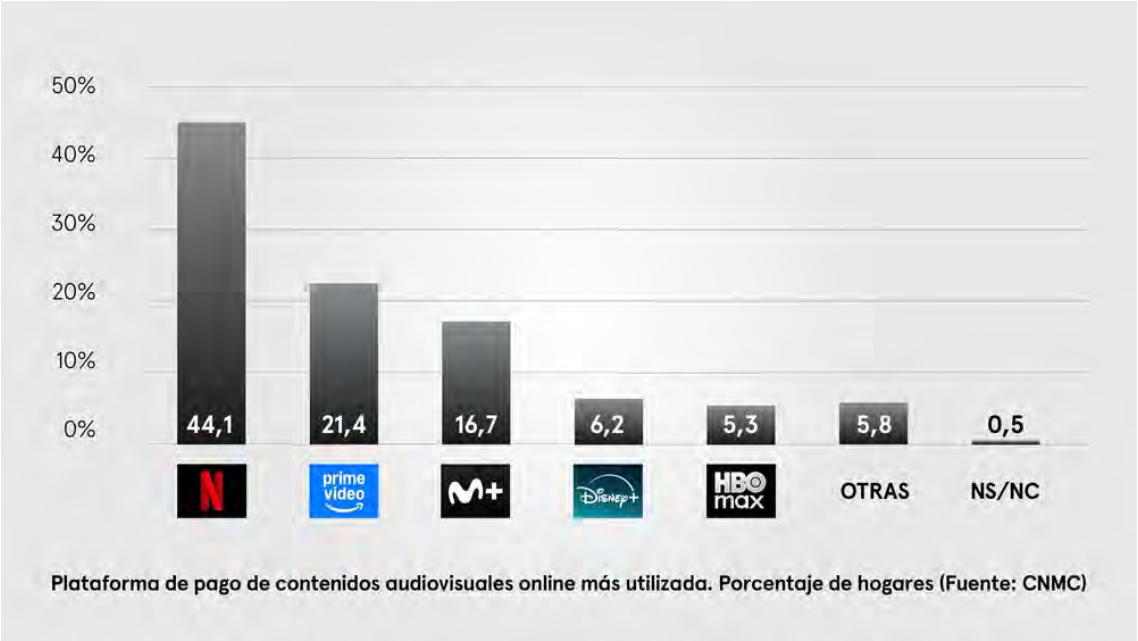


El crecimiento de Movistar Plus+ alcanza nuevas cotas y el servicio de televisión de la operadora confirma su excelente momento. Eso lleva a que los dos líderes en el mercado español, Netflix y Prime Video, comiencen a temblar a la vista del éxito de la plataforma de Telefónica.

Mucho ha cambiado en Movistar Plus+ desde hace un tiempo. Que la plataforma se pueda contratar por clientes de cualquier operadora ha sido uno de los motivos. Hoy día, Movistar Plus+ está al alcance de todos y, además, ofrece una relación calidad-precio de altura. Por 9,99 euros al mes o incluso más barata si pagas la suscripción anual, tienes acceso a cientos de películas, series y canales en vivo. Debido a ello, sus rivales están viendo que no pueden bajar la guardia.

El héroe local

Así es como Telefónica autodefine al servicio de televisión que tiene en sus manos y que triunfa entre miles de espectadores. Y no se puede decir que no tengan razón, ya que Movistar Plus+ es un servicio nacido en España que, al mismo tiempo, está compitiendo contra las vacas sagradas de presencia mundial. No se puede decir, por lo tanto, que no tenga mérito. Según los datos correspondientes al segundo semestre de 2024 del Panel de Hogares que publicó la CNMC el 6 de junio de 2025, Movistar Plus+ ya está en tercera posición en el mercado. Se coloca por detrás de Netflix, que es la líder indiscutible, y de Prime Video, que tampoco está tan por encima de Movistar como se podría imaginar. Este informe se ha obtenido con la encuesta de la CNMC realizada en un total de 5.402 hogares de España y a una cantidad exacta de 9.139 personas.



Análisis de la CNMC de las plataformas de pago publicado en junio de 2025

Pero lo importante es que, si analizamos estos datos, Movistar Plus+ no solo ocupa una muy digna tercera posición, sino que la diferencia que tienen con el cuarto puesto es realmente amplia. Para comenzar, digamos que el primer puesto lo domina Netflix con un 44,1% de los hogares. En segundo lugar está Prime Video con un 21,4% y Movistar Plus+ se coloca en esa tercera posición con un 16,7%. Por lo tanto, la diferencia con Netflix es del 27,4%, lo cual es considerable. Por su lado, la diferencia con Prime Video es de solo el 4,7%, una cifra realmente reducida.

Si comparamos con el cuarto puesto, el cual está ocupado por Disney+ con un 6,2%, veremos que la diferencia que tiene Movistar Plus+ de ellos es del 10,5%. Ya se trata de una separación importante, pero la distancia aumenta más si seguimos bajando en el top, donde nos encontramos a HBO Max con un 5,3%.

La gran posición de Movistar Plus+, por lo tanto, está más que confirmada. Y no habría que sorprenderse si Movistar termina dando la sorpresa y, en algún momento, consigue superar a Prime Video. El servicio de Amazon, que cada vez tiene más anuncios, ha bajado el ritmo últimamente por mucho que esté incluido en la suscripción Prime. Y eso es algo que Movistar podría aprovechar.

Los pilares de Movistar Plus+

Aprovechando el estado de forma de Movistar Plus+ y estos resultados, desde la plataforma han mencionado cuáles son los pilares de su contenido. Se trata de aquellos elementos que los usuarios aprecian más y que se pueden considerar fundamentales a la hora de entender la forma en la que Movistar Plus+ está llegando cada vez a una mayor cantidad de personas.

En primer lugar mencionan el deporte. Por supuesto, el fútbol es el rey y competiciones como LaLiga EA Sports y la Champions League están entre lo más demandado. También hacen mención a la Euroliga, la NBA, el tenis, el golf o la NFL, entre otras disciplinas deportivas que tienen espacio en Movistar Plus+. Como segundo aspecto, Movistar destaca la manera en la que se encuentran actualizados respecto a lo que va ocurriendo en el país y alrededor de la conversación social. Esto lo demuestran a menudo con contenidos especiales, una programación temática si se requiere y el estreno de canales temporales.



Promoción de LaLiga EA Sports y el fútbol en Movistar Plus+

El tercer pilar es uno que encanta a los usuarios: la filosofía de "Un estreno de cine al día". Ha sido un factor fundamental en la historia de Movistar Plus+ y algo a lo que estamos acostumbrados desde hace muchísimo tiempo. Así siempre tenemos una película nueva que ver, dado que Movistar mantiene la regla y a diario tiene un estreno de cine con el que entretenernos. Además, se nota la mano en las selecciones y en la forma en la que se eligen contenidos de calidad.

Por otro lado, Movistar también remarca el valor de su sello de Originales, el cual está llegando cada vez más lejos. No hay que olvidar que este año incluso han llegado a cautivar en el extranjero y sus películas originales están siendo muy importantes alrededor de la crítica y los premios. Por todo ello, en Netflix y Prime Video saben que tienen un duro rival, uno que tiene contenidos que ellos no ofrecen, ya sean canales de televisión o partidos de fútbol y que, además, los ponen a disposición del público a un precio muy competitivo.

La competencia y Movistar Plus+

En cualquier caso, la situación por la que está pasando Movistar Plus+ y su crecimiento, el cual responde a una combinación de factores que han impulsado el servicio, no implica que Movistar no esté enfrentándose a desafíos. Si quiere continuar avanzando e incluso llegar a intentar superar la cuota de sus rivales, deberá conseguir mantener sus principales beneficios e incluso mejorar el servicio.



Televisión con la interfaz de Movistar Plus+ y la película Top Gun Maverick

Movistar Plus+ necesitará mantener sus derechos deportivos, los cuales son conocidos por su elevado coste, continuar invirtiendo en películas y series originales que no estén en ninguna otra plataforma y tener capacidad para responder a las estrategias de sus rivales, tanto en contenido como en precio.

Netflix, cuyo 44,1% lo ha conseguido con gran solidez, destaca por su amplio repertorio de series y películas originales, mientras que Prime Video ostenta el 21,4% gracias a los suscriptores que obtiene desde Amazon Prime. Intentar superar a sus rivales, significará que Movistar Plus+ no podrá bajar el ritmo.



SER

El Larguero | Fútbol

Una experta en psicología deportiva aplaude la respuesta de Morata ante su linchamiento en redes: "Escucharle es un gusto"

El delantero de la selección española ha sufrido el lado hostil de las redes sociales desde su fallo en la tanda de penaltis ante Portugal



Daniel Plaza Cadena SER12/06/2025 - 12:52 CEST

Una de las semanas más duras en la carrera de Álvaro Morata ha venido derivada del penalti marrado en la tanda que decidió la final de la UEFA Nations League ante Portugal. Diogo Costa le adivinó las intenciones y su error, el único en esta fase, significó el alirón portugués en Múnich. Para Morata, este instante fue el detonante de un linchamiento desbordado en las redes sociales. Las muestras de apoyo se vieron eclipsadas por unas críticas que, en muchas ocasiones, llegaron incluso a amenazas de muerte que fueron denunciadas públicamente por su pareja, Alice Campello.

Sobre ello mismo reflexionó el propio Morata en una charla que emitió este miércoles Movistar+. El futbolista habló largo y tendido sobre la importancia de cuidar la salud mental y de cómo la psicología le ha ayudado a salir de situaciones críticas. Su respuesta ante los fallos, admitió, ha cambiado con el paso de los años, dando con la fórmula para sobrepasar estos baches.

Las palabras del internacional español tuvieron reacción casi inmediata en El Larguero de parte de la experta en psicología deportiva María Aguirre. En estos minutos, su intervención se centró en poner en valor la madurez mental del jugador para hacer frente a "situaciones incómodas": "Morata está muy trabajado, no hay más que escucharle. Se me han puesto los pelos de punta cuando le he escuchado. Es un gusto. Es un ejemplo de lo que es la preparación global de un deportista de élite". "Es una preparación exquisita, pero a base de errores y de caídas, como todo en la vida, como dice él", aplaudió la psicóloga en antena.



Esta mentalidad refleja a la perfección el paso adelante que ha dado la psicología en el deporte de alto nivel. Los departamentos psicológicos en los organigramas de los equipos y federaciones son ya una común que ha abierto el camino a que el trabajo individual de los deportistas vaya por el mismo camino. "Élite igual a preparación mental. Técnico, táctica, física y mental: hay que trabajar las cuatro patas de la silla", puntualizó María Aguirre en la antena de la SER.

Escucha 'El Larguero' completo

Esto es un fragmento de 'El Larguero', con Manu Carreño. Puedes escuchar el programa completo aquí:



ABC
Recreo

Álvaro Morata verbaliza sus problemas de salud mental con España durante la Eurocopa: «Discutí con Rodri»

El capitán de la Selección atravesó momentos difíciles el pasado verano



Álvaro Morata verbaliza sus problemas de salud mental con España durante la Eurocopa: «Discutí con Rodri» REUTERS/Kai Pfaffenbach

ABC 13/06/2025

14 de julio de 2024. Estadio Olímpico de Berlín. François Letexier se lleva el silbato a la boca y decreta el final del partido. España se proclama campeona de Europa por cuarta vez en su historia y recupera el trono continental doce años después. Automáticamente, Álvaro Morata, presente en el banquillo tras haber sido sustituido por Oyarzabal, rompe a llorar.

Seguramente no habría llamado tanto la atención si esas lágrimas del delantero internacional español fueran apenas producto de la emoción del momento y de culminar una temporada larga con la mejor de las recompensas. Pero detrás de esa reacción del ahora jugador del Galatasaray se escondían más factores.

Problemas relacionados con su salud mental que él, ya con 32 años, siente que no ha de esconderlos. En una entrevista en Movistar Plus+ en la antesala del estreno de su documental, producido por la misma plataforma, Morata se ha abierto en canal sobre todo lo que le ha ocurrido en los últimos meses. Incluso, sin ocultar la ruptura con su mujer, Alice Campello, con la que más tarde se acabó reconciliando.

«Hay mucha gente que opina sobre mí pero que realmente no me conoce. Nadie me ha obligado a exponer mi vida, pero es parte de mi trabajo. Lo que me gustaría que la gente joven viera es que he estado en muchos momentos que yo era mi peor enemigo y con una baja autoestima. Lo importante es hablar», asegura Morata.

«No pasa nada por estar medicado o estar tratándote de una cosa así»

Morata

Y el madrileño va un paso más allá y reflexiona por qué: «Si no te abres y no lo reconoces, lo que vas a obtener es 'anímate, macho, está todo bien' y no es lo que necesitas. Necesitas una persona que te ayude y te dé las técnicas y herramientas».

Las anécdotas durante la Eurocopa que reflejan que algo no iba bien

Cuando alguien se caracteriza por su buen sentido del humor y por fomentar un ambiente saludable, se percibe rápidamente cuando algo no está en su sitio. Eso es, más o menos, lo que ocurrió con Álvaro Morata durante la Eurocopa de 2024. Titular indiscutible para Luis de la Fuente, portador del brazalete de capitán y objeto de elogios por parte de sus compañeros en cada comparecencia pública, el madrileño ha sacado a la luz algunas anécdotas que reflejan las dificultades que estaba atravesando en ese momento.

«Hay una vez que estaba con Grimaldo y Baena jugando a la Play y yo me había tomado la pastilla para descansar, y no me acordaba. Y me quedé dormido jugando a la Play con mis compañeros. Ahí se dieron cuenta de que algo me pasaba», recuerda Morata, sin ningún tipo de reparos en hablar sobre que tomó medicación durante el Campeonato de Europa. «Es importante que entienda la gente también que no pasa nada por estar medicado o estar tratándote de una cosa así».



Otra situación curiosa la protagonizó con otro de los líderes de la Selección: Rodri Hernández, quien se llevó unos meses después el máximo galardón individual al que opta un futbolista, el Balón de Oro. «Hay un momento que medio discutimos o peleamos por una tontería de un partido de ping pong que me estaba ganando y estaba todo el equipo mirando. Es una anécdota, pero se dio cuenta, lo explica y lo cuenta y le agradezco mucho que de vez en cuando utilice su tiempo para escribirme cómo estoy. Eso es mucho más importante que ganar una Eurocopa o cosas así», valora Morata.

Porque, en momentos así, hay que saber rodearse, pedir ayuda, pero, también, tener tiempo para uno mismo. Eso le ocurrió, precisamente, durante la Eurocopa, donde no quería que su situación personal influyera en el vestuario: «Me gusta que la gente que está cerca de mí esté a gusto y esa era mi función en la Eurocopa. Tenía que vivir unas situaciones delante de todos y otras situaciones yo solo», cuenta.

ABC
Gente

Álvaro Morata habla como nunca de su ruptura con Alice Campello: «Fuimos dos críos orgullosos»

El jugador ha valorado, también, la importancia de su mujer para recuperarse de los momentos negativos



Daniel Domínguez 12/06/2025

Se ha vuelto a hablar mucho de Álvaro Morata esta semana. España cayó en la final de la UEFA Nations League ante Portugal en una tanda de penaltis en la que el único fallo lo protagonizó el madrileño. Objeto de muchas críticas en las últimas horas, Morata, en un acto de valentía y de fortaleza, ha ofrecido una entrevista a Movistar Plus+ en la antesala del estreno de su documental «Morata, no saben quién soy».

El delantero, ahora alejado de los focos en el día a día al jugar en el Galatasaray turco, ha hablado sobre diferentes cuestiones, entre ellas, su mujer, Alice Campello, una persona muy importante para él, tal y como ha reconocido abiertamente.

«Sé que a mucha gente le ha fastidiado, pero a mí me fastidia también que España no gane. Estoy orgulloso de haberme caído, levantado y ahora volver a pasar por esto. Ayer Alice y yo fuimos al supermercado y es todo lo contrario a lo que hubiera hecho en etapas anteriores, me hubiera escondido, mi cabeza me hubiera dicho 'no vayas',

también ella me ha ayudado muchísimo en eso. La vida sigue y tengo que seguir para adelante», manifiesta.



En el documental, enfocado en cómo Morata ha sabido reponerse de distintos episodios que han afectado a su salud mental, también tendrá un papel fundamental su mujer, de quien Morata da especial importancia a su manera de ser, opuesta a la del futbolista. «Como dice Alice siempre, soy una persona impulsiva y menos mal que la tengo y escucho porque soy de hacer las cosas en el momento. Ella me ayuda mucho porque yo afrontaría todas las situaciones en el minuto 1».

Esta respuesta de Morata es a la pregunta de si se ve en el Mundial 2026, de lo poco que se le ha resistido al ex de Real Madrid o Atlético de Madrid en su carrera deportiva. «Se trata de analizar qué es bueno para la Selección, también voy cumpliendo años... Hay que pensar pero con calma y frialdad». Una tranquilidad que le dio Alice Campello poco después del fallo del penalti el pasado domingo: «Hablé con ella y me dijo 'cálmate, que ahora lo que hay que hacer es pensar las cosas friamente'. Yo soy más caliente cuando hay una situación. Me pasa con el fútbol y en diferentes cosas de mi vida».

La ruptura con Alice Campello

A la respuesta anterior, Mónica Marchante le repreguntó sobre el hecho de que su mujer volviera a sacar la cara por Morata públicamente después del fallo del penalti. «¿Nos damos cuenta de que estamos hablando de un partido de fútbol?», escribió la italiana en su cuenta de Instagram.

> **«Como dice Alice siempre, soy una persona impulsiva y menos mal que la tengo y escucho»**
>
> Morata

Y Morata, sin ser preguntado por la ruptura con Alice Campello en agosto de 2024, se sinceró sobre lo ocurrido. Una exposición breve pero contundente. «Fuimos dos críos. Teniendo cuatro hijos. Ella lo sabe también. Sin saber afrontar una situación que era una más, no tenía más importancia. Dos críos orgullosos que no eran conscientes de lo que implicaba mediáticamente el tema», valoró en Movistar Plus+.

Eso sí, la pareja anunció unos meses más tarde, en enero de 2025, que se daban una segunda oportunidad. Ahora, ambos demuestran estar muy unidos, como ha señalado el jugador.

LA RAZÓN
Fútbol

Morata: "Lo de Lamine Yamal puede frustrar a muchos jóvenes"

El futbolista se ha sincerado sobre la salud mental tras el penalti fallado ante Portugal: "No pasa nada por estar medicado"



E. Lunar Creada: 12.06.2025

España cayó derrotada frente a Portugal en la final de la Nations League, y las redes sociales no tardaron en señalar al culpable: Álvaro Morata. El capitán de la Selección falló el penalti decisivo y las críticas no se han hecho esperar. Unos ataques brutales que incluso se convirtieron en amenazas de muerte. "Voy a matar a tu marido como lo vea por la calle, que empiece a vigilar por donde anda. No lo voy a dejar ni un momento solo, a los niños igual, los voy a matar con mis propias manos, espero que no sobreviva nadie" es uno de los mensajes denunciados por su mujer Alice Campello.

Ahora, días después, el futbolista se ha sincerado sobre como ha vivido el penalti fallado y ha reiterado la importancia de la salud mental. A diferencia de lo ocurrido en la Eurocopa del 2021 ante Italia, el futbolista asegura que asumió el fallo ante Portugal con entereza, como parte de la vida de un futbolista. "En etapas anteriores me hubiera escondido, pero esta vez me fui con mi mujer al Hipercor. La vida sigue y yo tengo que seguir para delante, como he hecho siempre", comienza afirmando.

Sobre el penalti reveló que "el míster me dio el cuarto y tenía claro dónde lo iba a tirar pero cuando fui hacia el balón cambié de opinión. Es una parte del juego. Entré diez minutos pensando que iba a marcar el gol de la victoria".



Movistar+ presentará el próximo martes el documental titulado “No saben quién soy”, que se centra en la persona de Álvaro Morata. Y con motivo de ello, Carlos Marínez y Mónica Marchante le han entrevistado después de la derrota de la Selección ante Portugal. Una entrevista en la que ha querido volver a concienciar sobre la salud mental.

"Yo era mi peor enemigo"

“La vida es así. Tienes que levantarte. Ojalá que el día que me retire pueda transmitir eso a los jóvenes. Mucha gente opina sobre mí, pero no me conocen, no saben quién soy. Por eso el título del documental. Quiero que la gente joven vea que en algunos momentos yo mismo era mi peor enemigo. Es importante hablar con especialistas y con la gente que tienes cerca. El Cholo, Luis (De la Fuente) siempre me han apoyado y he tenido mucha suerte de tenerlos”.

También reveló que jugó la Eurocopa medicado y con terapia. “Debía vivir una situación delante de todos, y otras yo solo. Cuando me tomé una pastilla para dormir con Grimaldo jugando a la Play, empezaron a ver lo que me pasaba, que estaba medicado. Pero había dos partes: cuando estaba con mis compañeros y cuando estaba solo. "Lo importante es que la gente sepa que no pasa nada por estar medicado o tratándose algo así", añadió.

El actual delantero del Galatasaray se refirió a la gran explosión de Lamine Yamal, que con solo 17 años es el líder del Barcelona y de la selección española, y que es candidato a ganar el Balón de Oro: "Ver a jugadores como Lamine que triunfan con 17 años puede frustrar a muchísimos jóvenes que con su edad están en un Cadete o en un Juvenil C".



Su futuro

Por último, Morata se refirió a su futuro en la Selección y pidió tiempo. "Necesito pensar, necesito pensar que pase el tiempo y sobre todo, primero, por respeto a todos los aficionados al fútbol en España, después para mis compañeros y para Luis. Igual estoy aquí sentado diciendo que no sé si voy a seguir en la selección y el míster me liquida y no tengo la posibilidad de elegir", sentencia.

EL ESPAÑOL



Álvaro Morata, durante su entrevista en Movistar+

FÚTBOL

Morata, alto y claro sobre sus problemas de salud mental y la medicación: "Me dormí jugando a la Play con Grimaldo y Baena"

El delantero de la Selección se abre tras volver a ser el foco de las críticas por su penalti fallado en la final de la Nations League ante Portugal.

Jorge Pacheco 12 junio 2025

En una charla en Movistar+, Álvaro Morata reflexionó sobre los últimos episodios de su vida tras suspender la presentación de su documental No sabéis quién soy. Su penalti fallado que dio la victoria a Portugal en la final de la Nations League frente a España sigue en boca de todos.

El delantero no rehuyó ningún tema, abriéndose sobre salud mental, ansiedad, terapia y medicación. Con sinceridad, desveló un episodio que vivió junto a dos compañeros de la Selección. "Estaba con Alejandro Grimaldo y con Álex Baena jugando a la Play Station", dijo Morata. "Me quedé dormido jugando con mis compañeros, y ahí se dieron cuenta de que algo me pasaba".

Con esa anécdota, el jugador quiso subrayar un mensaje claro: "No pasa nada por estar medicado y estar tratándote por algo así". Morata aseguró que, de haber creído que su carácter “no encajaba para estar en un grupo”, lo habría comunicado sin problemas.

Distinguió dos facetas de sí mismo: la pública, junto a sus compañeros, y la privada, en la que encontraba respaldo en su familia, en su psiquiatra Pilar y en su coach Adri.

El madrileño hizo hincapié en que ni la fama ni el éxito —"una mujer maravillosa, la casa que quiero, el coche que quiero..."— garantizan prevenir un colapso emocional: "De repente se te cae todo de golpe y no sabes qué hacer, no tienes ni idea".

Aclaró que quien piensa que "lo tienes todo" está equivocado: "La depresión es un tema más profundo, pero ataques de ansiedad los tienen ocho de cada diez jóvenes. No eres más débil por ello".

Morata lamentó que a menudo se minimice el problema con frases como "anímate, que está todo bien": “Eso no es lo que necesitas. Necesitas a una persona que te ayude y te dé las herramientas".



Consciente de su responsabilidad mediática, envió un mensaje a la juventud: "Yo estoy orgulloso de haber caído y levantarme otra vez; hay que seguir para adelante como he hecho siempre" y apuntó que, cuando se retire, quiere transmitir que "fallar es una posibilidad y que nadie te enseña a gestionarlo".

El delantero admitió que el mundo digital ha sido un reto más. "Nadie me ha obligado a tener Instagram, Twitter o Facebook, pero es parte de mi trabajo. Lo que me gustaría que la gente viera, sobre todo los jóvenes, es que yo he estado en momentos en los que era mi peor enemigo".

Preguntado si hubiera preferido desempeñarse como futbolista en otra etapa, sin redes, Morata recordó a Alice Campello, con quien ha retomado su relación tras la ruptura del pasado verano: "Ya, pero entonces no habría conocido a mi mujer. No cambiaría nada de mi vida".

Como ejemplo de su recuperación, narró un día cotidiano: "Ayer fui con mi mujer al Hipercor. Todo lo contrario de lo que hubiera hecho en mis etapas anteriores, todo lo contrario de lo que mi cabeza me hubiera dicho hacer en mis etapas anteriores. La

vida sigue y yo tengo que seguir, como siempre, con muchas herramientas para gestionar las emociones, que es difícil".



La Selección y el penalti

En cuanto al futuro, Morata dejó la puerta abierta: "Igual estoy aquí sentado diciendo que no sé si voy a seguir en la Selección y el míster me liquida y no tengo la posibilidad de elegir. Es parte de la vida, parte de mi trabajo, del fútbol. No puedo decir. Lo mismo te estoy diciendo aquí que no sé si voy a seguir y lo mismo te llama el míster y te dice 'te he liquidado'".

Sobre el penalti, detalló cómo cambió de idea en el último instante: "El míster dijo los lanzadores y a mí me dijo el cuarto. Yo tenía muy claro dónde lo iba a tirar hasta que cogí carrerilla y cambié de opinión. No me preguntes por qué, no lo sé todavía. Son cosas que pasan. Vi que los de Portugal estaban diciendo que se tiraran hacia ese lado a su portero y yo escuché otra cosa".

elPeriódico

A corazón abierto

Álvaro Morata se sincera en Movistar Plus+ sobre su salud mental: "He sido mi peor enemigo, pero no pasa nada por pedir ayuda"

El delantero habla abiertamente sobre sus ataques de ansiedad, el tratamiento que ha seguido y cómo afronta su nuevo fallo con la selección.



Álvaro Morata durante una entrevista / Movistar Plus+

Carlos Merenciano Madrid12 JUN 2025 19:05

Álvaro Morata ha concedido una entrevista a Movistar Plus+ en la que, más allá de lo deportivo, se ha sincerado sobre uno de los temas que más ha marcado su carrera en los últimos años: su salud mental. El delantero, visiblemente afectado tras el penalti fallado en el último partido de la selección, ha hecho un ejercicio de honestidad que ha conmovido a muchos.

"Yo lo tenía todo: una mujer e hijos maravillosos, la casa que quiero y el coche que quiero... y de repente se te cae todo de golpe", ha explicado. "No sabes qué hacer, cómo reaccionar". Morata ha hablado de los ataques de ansiedad y pánico que ha sufrido, insistiendo en que es algo más común de lo que se cree: "Ocho de cada diez jóvenes lo tienen. No pasa nada por reconocerlo. No eres débil. Necesitas una persona que te ayude".

Durante la Eurocopa, el jugador ya vivió un episodio similar, y fue entonces cuando entendió la importancia de pedir ayuda profesional: "Si no te abres, lo único que vas a recibir son ánimos, y eso no es lo que necesitas. Necesitas que alguien te dé las herramientas". También ha contado una anécdota significativa: "Me había tomado la pastilla para descansar y no me acordaba. Me quedé dormido jugando a la Play con mis compañeros, y ellos se dieron cuenta de que algo me pasaba".

Morata ha querido lanzar un mensaje a los más jóvenes: "Yo he estado en momentos en los que era mi peor enemigo, con una autoestima muy baja. Lo importante es hablar con especialistas, con las personas". Y ha compartido cómo ha cambiado su forma de actuar: "Ayer fui con mi mujer al Hipercor. En etapas anteriores me habría escondido".

El penalti fallado contra Portugal también ha sido tema de conversación. "Estoy jodido, jodidísimo, cualquier otra cosa es mentira", ha dicho. Pero también ha reivindicado su papel: "Me tocaba tirarlo, lo hice con decisión y estoy orgulloso. Fallé, como puede fallar cualquiera". Sobre el cambio de dirección a última hora, ha confesado: "Tenía muy claro dónde lo iba a tirar, hasta que cogí la carrerilla. No me preguntes por qué lo cambié, no lo sé".

Finalmente, el jugador ha querido recordar que "no todo en la vida es fútbol": "Lo intento dar todo siempre y muchas veces no funciona. Me martirizo, lo paso mal, pero no puedo dejar de vivir. Estoy orgulloso de haberme caído y de volver a intentarlo".



EL PENÚLTIMO RAULISTA VIVO

UN BLOG DE JUAN MANUEL RODRÍGUEZ

Dientes, Morata, dientes, que eso es lo que les jode

Juan Manuel Rodríguez 12/6/2025 - 21:17



El martes que viene se estrena en Movistar Plus "No saben quién soy", según Filmaffinity "un retrato cinematográfico, íntimo y sin filtros de un futbolista atrapado entre la esperanza de una nación y su propia oscuridad". Habrá que verlo. Y no para saber quién es, eso es más difícil, pero sí para saber quién no es. Por ejemplo, no es un cobarde, más bien todo lo contrario, porque para hablar en público de un problema tan serio como la depresión uno tiene que ser realmente valiente. Diez días antes del estreno del documental, en el que según creo Álvaro no se limita sólo a hablar de sus problemas de salud mental sino que da un repaso a su exitosa aunque algo dispersa carrera deportiva, Morata falló un penalti y Portugal ganó la Liga de Naciones. Aún a sabiendas de que Álvaro estaba saliendo de eso que Filmaffinity define como "su propia oscuridad", Alice

Campello, su mujer, denunció amenazas e insultos a través de las redes sociales, como por ejemplo la siguiente: "Voy a matar a tu marido como lo vea por la calle, que empiece a vigilar por dónde anda. No lo voy a dejar ni un momento solo, a los niños igual, los voy a matar con mis propias manos. Espero que no sobreviva nadie".

El llamamiento de la mujer de Morata era ciertamente enternecedor por su candor: "Dejad de ser tan malas personas". Noble, desesperado pero ingenuo y absolutamente ineficaz, y os digo por qué: las malas personas existen, están entre nosotros y se dedican básicamente a dormir, comer y tratar de joderle la vida a los demás. La poesía no va a acabar con ellos, lo va a hacer la policía. Y por eso yo creo que hay que denunciar, denunciar y denunciar. Denunciar hasta que no quede ni uno solo, denunciar hasta que todos acaben entre rejas, denunciar para que se les localice y, como ocurrió con ese menor que insultó a Yamal en el Bernabéu, paguen de un modo u otro. En el caso de este crío, 30 horas de tareas socioeducativas y la prohibición de entrar a recintos deportivos durante doce meses: a ver si a éste se le puede recuperar.

Desconozco si a Morata le diagnosticaron una depresión o si sufría ataques de ansiedad, no lo sé. Y, como no lo sé, tampoco quiero profundizar en ello. Pero si él mismo llega a reconocer en un momento determinado de la entrevista que hubo un momento en que no pudo salir de su casa por el miedo que le producía ver a la gente, el problema era serio. En mi caso, y creo que ya lo he dicho en alguna ocasión, al enterarme de los problemas de Álvaro me produjo una sensación rara, extraña, porque yo he sido muy crítico con él. Me sentí, por qué no decirlo, un poco colaborador con ese fango cuando, en realidad, quienes me conocen bien saben que sería incapaz de hacer algo parecido a eso. Me sentí culpable, falso culpable en realidad, como en la película de Hitchcock.

Espero que el problema de Álvaro no haya tenido demasiado que ver con las críticas periodísticas, ojalá. Y le deseo que haya salido, al parecer con ayuda, de ese túnel. Mientras siga siendo futbolista profesional de élite, Morata continuará siendo criticado. Y envidiado. La envidia. Victor Hugo la definió mejor que nadie: "¿Qué es un envidioso? Un ingrato que detesta la luz que le alumbra y le calienta". Morata, jugador profesional de éxito, joven, rico, guapo, casado con una mujer extraordinaria y con una familia maravillosa, desprende tanto calor e irradia una luz tan potente que despierta a todos los envidiosos del mundo, a los que le conocen y también a los que no. Yo me alegro por él, porque haya superado sus problemas. Y será lo que él decida. Si quiere seguir jugando con España o no, si quiere volver o quedarse donde está. Pero feliz. Siempre feliz, Álvaro. Incluso en los peores momentos porque, como dijo una vez Isabel Pantoja, "dientes, que es lo que les jode".

20minutos

Álvaro Morata relata cómo fue su caída en la depresión: "Lo tenía todo y de repente..."

20minutos NOTICIA12.06.2025 - 10:05h

El futbolista se abre en canal tras fallar el penalti en la Nations League y días antes de estrenar su documental.



Álvaro Morata durante la entrevista con Movistar. CAPTURA MOVISTAR

Tras fallar su penalti en la final de la Nations League con España ante Portugal, el delantero Álvaro Morata se abrió en canal en una entrevista en Movistar+ a pocos días de estrenarse su documental, Morata: No sabéis quién soy. En ella, el futbolista de 32 años explica cómo cayó en la depresión y habla de ella con total sinceridad.

"Yo lo tenía todo, una mujer e hijos maravillosos, la casa que quiero y el coche que quiero... y de repente se te cae todo de golpe. No sabes qué hacer, cómo reaccionar", reconoció el actual jugador del Galatasaray.

Morata afirmó que "la depresión es un tema más profundo pero ataques de pánico o de ansiedad tienen ocho de cada diez jóvenes. No pasa nada por reconocerlo, no eres débil. Necesitas una persona que te ayude".

"Si al final no te abres y no reconoces lo que vas a obtener son ánimos, y eso no es lo que necesitas, necesitas alguien que te de las herramientas para gestionar y podrás llevar una vida normal, como me pasó a mí en la Eurocopa", reflexionaba el delantero.

Además, Morata reconoce medicarse para solucionar este problema mental: "Es importante que la gente entienda que no pasa nada por estar medicado o estar tratándote de algo así. Si hubiera pensado que era un tema de mi personalidad o que tenía alguna situación que no era para encajar dentro de un grupo, soy el primero que lo hubiera dicho".

Y precisamente por esa medicación vivió un inesperado momento con varios futbolistas de la selección que les hizo ponerse en alerta. "Yo me había tomado la pastilla para descansar y no me acordaba, y me quedé dormido sin darme cuenta mientras jugaba a la Play con mis compañeros. Ellos se dieron cuenta de que algo me pasaba", admitía.

"Lo que me gustaría que viera la gente, sobre todo los jóvenes, es que yo he estado en algunos momentos en los que era mi peor enemigo y con una autoestima muy baja. Lo importante es hablar con los especialistas, hablar con las personas", aseguraba Morata.

Su aprendizaje durante todo este tiempo le ha hecho cambiar su forma de afrontar los momentos complicados como esta semana, después de fallar el penalti con España: "Justo ayer fui con mi mujer al Hipercor, que es todo lo contrario que hubiera hecho en etapas anteriores, me habría escondido, mi cabeza me habría dicho que no fuera a sitios dónde te pueda ver la gente".



Sobre ese fallo, aseguró: "Es una situación que no es nueva. Sé cómo afrontarla. No pienso quedarme en la cama y pasarlo mal por algo que es normal en la vida. He vuelto a fallar. No era el momento de hacer ningún acto ni presentación".

"Yo lo intento dar todo siempre y muchas veces no funciona. Es como lo que pasó el domingo. Me martirizo, lo paso mal, pero no puedo dejar de vivir. No todo en la vida es fútbol", reflexionó.

En cuanto al penalti en sí, Álvaro Morata explicó cómo se gestó: "Muchas veces me imagino la carrera del penalti. Son diez segundos con una diferencia muy grande, de estar celebrando en el córner o estar así. No puedo hacer nada. Me tocaba tirar ese penalti, lo afronté con decisión y estoy orgulloso de haberlo hecho. Fallé, pero como puede fallar cualquier persona en su vida".

"El míster decidió los lanzadores, a mí me tocaba el cuarto y yo tenía muy claro dónde lo iba a tirar, hasta que cogí la carrerilla y cambié de opinión, no me preguntes por qué, no lo sé todavía. Vi que los de Portugal estaban diciéndole al portero que se tirara a ese lado y yo escuché otra cosa... cosas que pasan en el fútbol", reconoció.



Morata afirmó no estar pasando un buen momento tras ese fallo: "Estoy jodido, jodidísimo, cualquier otra cosa que te diga es mentira. Parece que está hecho aposta, pero desgraciadamente no. Gracias a Dios tengo las herramientas de haberlo pasado, la experiencia...".

"Sé que a mucha gente le ha fastidiado, soy el primero al que no le gusta que España no gane, porque soy como cualquier aficionado que se pone la camiseta de España. Pero estoy orgulloso de haberme caído, de haberlo intentado otra vez y ahora otra vez pasar por esto", añadió.



vocento

Morata cuenta que se medicó por su depresión: «Me quedé dormido jugando a la Play con Grimaldo y Baena»

«En etapas anteriores me hubiera escondido, pero fui con mi mujer a comprar. La vida sigue», confiesa tras fallar el penalti que le costó a España la Liga de Naciones ante Portugal



Gabriel Cuesta Jueves, 12 de junio 2025

Álvaro Morata no se esconde tras fallar el penalti decisivo en la tanda que supuso la derrota de España ante Portugal en la final de la Liga de Naciones. «Es una situación que no es nueva. Sé cómo afrontarla. No pienso quedarme en la cama y pasarlo mal por algo que es normal en la vida. He vuelto a fallar. No era el momento de hacer ningún acto ni presentación», zanjaba el delantero del Galatasaray en una entrevista en Movistar Plus+ para presentar su nuevo documental.

El capitán de La Roja reconoce estar «jodidísimo» tras errar la pena máxima. «Cualquier cosa que te diga es mentira. Tengo las herramientas de haber pasado esto, la experiencia... sé que a mucha gente le ha fastidiado. Yo soy el primero al que le fastidia que España no gane. A nivel personal no haber metido ese penalti. Estoy

orgulloso de haberme caído y haberlo intentado otra vez. Volver a pasar esto de nuevo», se defendía.

El atacante reconoció que ahora gestiona este tipo de errores de forma diferente a hace unos años. «En etapas anteriores me hubiera escondido. Ayer fui con mi mujer al Hipercor. La vida sigue y yo tengo que seguir para delante, como he hecho siempre». Y ahondaba precisamente sobre lo que se ve en el documental: «No quiero ni victimizar ni nada parecido. Es mi experiencia. Me gustaría que el día que me retire transmita a los chicos jóvenes que esto es una posibilidad. Nadie te enseña a gestionar estas cosas cuando llegan de golpe. Hay mucha gente que opina de mí pero no saben quién soy. Lo que me gustaría que viera la gente joven es que yo he estado en algunos momentos que yo era mi peor enemigo, no creía en mí. Lo importante es hablar con especialistas, con las personas, con la gente que tienes cerca. He tenido suerte de tener entrenadores como el Cholo o Luis que me han apoyado en todo momento».



De hecho, el capitán de la selección desvela que llegó a tomar medicación por su depresión. «Lo importante es que la gente sepa que no pasa nada por estar medicado o tratándose algo así». Y recuerda una anécdota. «Estaba con Alejandro Grimaldo y con Álex Baena jugando a la Play Station», comienza a decir, señalando que se había tomado la pastilla y no recordaba que le tocaba jugar. «Me quedé dormido jugando con mis compañeros, y ahí se dieron cuenta de que algo me pasaba», reconoce.

«Yo lo tenía todo, una mujer e hijos maravillosos, la casa que quiero y el coche que quiero... y de repente se te cae todo de golpe. No sabes qué hacer, cómo reaccionar. La depresión es un tema más profundo, pero ataques de pánico o de ansiedad tienen ocho de cada diez jóvenes. No pasa nada por reconocerlo, no eres débil. Necesitas una persona que te ayude». Tampoco aclaró su futuro en La Roja. «Tengo que analizar, dejar pasar el tiempo y ver qué es bueno para la selección y qué es bueno para mí, a nivel personal. Pero hay que dejar pasar tiempo. Mi mujer, mis hijos... me animan a seguir peleando. Ya no es una cuestión de pelear y luchar. Lo volvería a hacer mil veces pero se trata de analizar lo que es bueno para la selección. Yo voy cumpliendo años... pero hay que pensar las cosas, con calma, con frialdad», terminaba.

ABC, EL CORREO, EL DIARIO VASCO, EL NORTE DE CASTILLA, EL COMERCIO, DIARIO MONTAÑÉS, DIARIO DE NAVARRA, LA RIOJA, LA VERDAD, IDEAL, SUR LAS PROVINCIAS, HOY

La historia de superación de Morata: "Fui al Hipercor tras fallar el penalti ante Portugal"

Hay que recordar que en su día su mujer fue acosada por un seguidor que insultaba a Morata. Lo hizo delante de sus hijos.

Libertad Digital 12/6/2025



Lo que para algunos puede ser algo normal y cotidiano como es el hecho de ir a hacer la compra para una persona como Álvaro Morata puede ser un reto psicológico importante. No es una broma de lo que estamos hablando. De hecho, su mujer Alice comentó en una ocasión que había sido acosada por un seguidor en un supermercado cuando este empezó a insultar a su marido delante de sus hijos.

Morata, que falló el penalti de la tanda ante Portugal, contaba en los micrófonos de Movistar que lejos de amedrentarse ante un episodio así después de lo vivido en la Liga de las Naciones, él y su familia decidieron ir a comprar a pesar de lo que pudiera pasar.



Así lo contaba Morata:

"Ayer fui con mi mujer a comprar... Y es algo que no habría hecho antes. En etapas pasadas me hubiera escondido", comenta el delantero de la Selección en el reportaje.

También cabe recordar que Alice denunció estos días amenazas de muerte en las redes sociales. Eso sí, también destacó el apoyo de gran parte de la afición española: "Gracias a Dios existen todavía buenas personas y os agradecemos muchísimo vuestros mensajes".

Selección

Morata: "No pasa nada por estar medicado"

El internacional español habló para Movistar de la depresión que pasó y cómo ha podido dar la vuelta a la angustia que vivía



Álvaro Morata habló sobre la final perdida de la Nations League frente a Portugal / MOVISTAR PLUS+

Jordi Gil 12 JUN 2025

Álvaro Morata habló de forma abierta sobre la salud mental en una entrevista concedida a Movistar. El jugador del Galatasaray explicó cómo ha logrado enderezar el rumbo y demostró ser un ejemplo en cómo superar una situación tan delicada como es una depresión.

A Morata le tocó vivir otra situación delicada cómo fue la de fallar el penalti que permitió la victoria a Portugal en la final de la UEFA Nations League. A diferencia de otras ocasiones, como en la Eurocopa del 2021 ante Italia, el futbolista lo asumió con entereza, como parte de la vida de un futbolista. "En etapas anteriores me hubiera escondido, pero esta vez me fui con mi mujer al Hipercor. La vida sigue y yo tengo que seguir para delante, como he hecho siempre".

Del penalti errado explicó la anécdota de que "el míster me dio el cuarto y tenía claro dónde lo iba a tirar pero cuando fui hacia el balón cambié de opinión. Es una parte del juego. Entré diez minutos pensando que iba a marcar el gol de la victoria".



Morata lanzó un mensaje constructivo en el que recalcó que "lo importante es que la gente sepa que no pasa nada por estar medicado o tratándose algo así. Si yo viera que tengo un problema por mi personalidad no estaría en un grupo así con ellos".

El delantero fue muy sincero al reconocer que "yo lo tenía todo, una mujer e hijos maravillosos, la casa que quiero y el coche que quiero... y de repente se te cae todo de golpe. No sabes qué hacer, cómo reaccionar. La depresión es un tema más profundo pero ataques de pánico o de ansiedad tienen ocho de cada diez jóvenes. No pasa nada por reconocerlo, no eres débil. Necesitas una persona que te ayude".

En su caso, Morata comentó que "tengo las herramientas de haber pasado esto, la experiencia... sé que a mucha gente le ha fastidiado (el penalti ante Portugal). Yo soy el primero al que le fastidia que España no gane. Estoy orgulloso de haberme caído y haberlo intentado otra vez. Volver a pasar esto de nuevo".



Sobre su futuro en la selección, el capitán de la Roja apuntó que "tengo que analizar, dejar pasar el tiempo y ver qué es bueno para la selección y qué es bueno para mí, a nivel personal. Pero hay que dejar pasar tiempo. Mi mujer, mis hijos... me animan a seguir peleando. Ya no es una cuestión de pelear y luchar. Lo volvería a hacer mil veces pero se trata de analizar lo que es bueno para la selección. Yo voy cumpliendo años... pero hay que pensar las cosas, con calma, con frialdad".

Asimismo, Morata destacó que la decisión final será de Luis de la Fuente de cara a la clasificación para el Mundial del 2026. "Igual estoy aquí sentado diciendo que no sé si voy a seguir en la selección y el míster me liquida y no tengo la posibilidad de elegir".

VARIETY

Jun 11, 2025 11:29pm PT

Italy's New Riviera-Set Series Festival Mixes Glamour, Global Drama, and a Dose of Controversy

Italian Global Series Festival makes waves with Kevin Spacey, Lena Dunham and 'The Bear'

By **Ben Croll**



"Too Much" (Courtesy of IGSF)

Launching later this month, the Italian Global Series Festival (IGSF) marks the long-awaited revival of the dormant RomaFictionFest, now with a spiffier, Riviera-side setting and a more ambitious remit. Running June 21–28 along the Adriatic beachfront between Rimini and Riccione, the revamped event signals more than a simple rebrand for a venerable TV showcase last seen in 2016.

“When Roma went dark, Italian drama lost its home,” says IGSF artistic director Marco Spagnoli. “We lost a place to spotlight our talent and connect creators from different backgrounds and storytelling traditions. In today’s fragmented, content-saturated world, a curated festival is more vital than ever—not just to champion great shows, but to foster real collaboration.”

Indeed, the original festival played a pivotal role in launching breakout Italian hits like “Gomorrah” and “The Mafia Kills Only in Summer,” while serving as a bridge between local talent and the international market. After winning best new series in 2015, “The Man in the High Castle” showrunner Frank Spotnitz formed ties that led to co-productions such as “Medici” and “Leonardo” —ties that now bring him back as a guest of honor and juror for IGSF’s inaugural drama competition.

Even in the absence of a flagship showcase, Italy’s audiovisual sector has continued to boom, with the value Italian original titles growing at an average annual rate of 11.6% since 2017 and surpassing €2 billion in total value by 2023. Meanwhile, Rome’s MIA Market—originally launched as an extension of RomaFictionFest’s industry arm—has evolved into a major international event each fall. That experience informs IGSF’s new blueprint, with many of the same players behind the scenes.

“This isn’t some upstart initiative,” says Spagnoli, who also serves as MIA’s deputy director. “That’s exactly why we’re focused on collaboration, not competition. Italy already has four major film festivals—we don’t need to treat each other as rivals. What we don’t have is anything like New York or Toronto, where audiences and industry alike can preview the upcoming TV season. Our idea is simple: if you’ve got something good, show it.”

This year’s edition will spotlight 61 series from 25 countries, including 32 titles in international competition across drama, comedy, and limited series formats. The lineup features 14 world premieres, including “Bookish” from “Sherlock” co-creator Mark Gatiss, Movistar Plus+’s “Los Sin Nombre” starring Milena Smit, and Prime Video’s spy thriller “The Assassin” with Keeley Hawes and Freddie Highmore.

Lena Dunham’s Netflix rom-com “Too Much” will screen as a special event out of competition, while “Ironheart” and “The Bear” season four will premiere simultaneously with their streaming release on Disney+.

Guests and honorees range from Evangeline Lilly, Steven Moffat, Dean Norris, Bille August, and Katheryn Winnick to Italian heavyweights like Marco Bellocchio, Valeria Golino, and Alberto Barbera, who will take part in a conversation series titled Masters of Storytelling.

Just don't expect many of them to drop in for a quick photo-op, as the organizers have reimagined the Rimini and Riccione-based festival to impart a more unhurried atmosphere. "People need time," says Spagnoli, noting that the beachfront setting and local infrastructure naturally invite a slower pace.



'The Assassin'

"Too often, festivals are shaped by the constraints of money and scheduling. It's so expensive to fly talent around that they're shuttled in and out in a matter of hours. We try to avoid that. We want people to stay [for longer stretches] to share ideas and make connections. People from across the industry all need space to think, to talk, and to meet others. Hopefully they'll do so here."

To that end, IGSF has made accessibility a top priority—keeping events free and open to the public, aligning the schedule with a national summer holiday week, and asking all guests to make themselves available to the press. That includes more polarizing figures like Kevin Spacey, who will receive the festival's Maximo Excellence Award and participate in what's expected to be his most extensive media engagement in years.

"Spacey will take all the questions," Spagnoli says. "We'll see how he handles them. He's never done a similar Q&A or masterclass, so this could be interesting."

While acknowledging that the decision sparked "some reservations," Spagnoli underscores that the award is retrospective, and stresses it would not have been considered had Spacey not been acquitted or if any charges were still pending. "Perception of him in Europe is still very different from in the U.S.," he adds. "As a

festival, we try to recognize talent—just as we do in other cases. It's compelling to see how people navigate adversity. If he's truly changed, let him prove it. Awards should be useful."

Still, he knows the move will draw attention. "Sometimes you have to take bold actions," he says. "We're not afraid of controversy, and have also programmed plenty of series that are provocative, strange, or challenging. I like to say we're rebels with a cause."





Serielizados y Cupra City Garage Madrid presentan una nueva sesión en la que creadores/as, interpretes, directores/as y guionistas conversarán con el público sobre sus series.

En esta nueva sesión de Serielizados Presenta nos centraremos en la serie Los sin nombre, el nuevo thriller de Movistar Plus+, creada por el gran Pau Freixas y Pol Cortecans (creadores de Sé quién eres y Citas).

Esta charla exclusiva (y gratuita) tendrá lugar el 18 de junio a las 18:30h en Cupra City Garage Madrid.

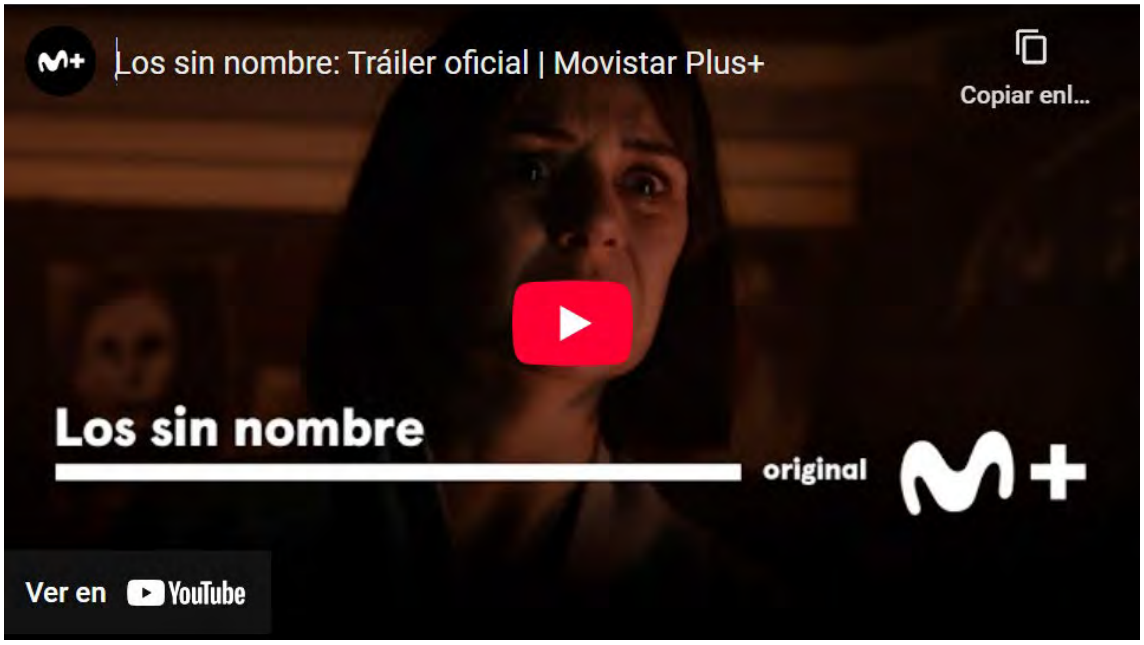


En este encuentro contaremos con la presencia de la actriz Milena Smit, su creador Pol Cortecans y su director Pau Freixas. Los tres nos contarán los entresijos y el proceso creativo de este thriller con toques sobrenaturales que se estrenará en la plataforma el próximo 26 de junio.

¿De qué va Los sin nombre?

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

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



Serielizados continúa su apuesta de acercar los creadores/as de series al público con este ciclo sesiones junto a Cupra City Garage Madrid llamadas Serielizados Presenta. Directores, intérpretes y guionistas nos acompañaran en estas actividades gratuitas y abiertas al público para poder hablar sobre sus creaciones y responder a las preguntas de los asistentes.

Las sesiones serán en formato Q&A, donde el público podrá participar durante la sesión, haciendo todas aquellas preguntas que les surjan respecto las series.

Estas actividades están dirigidas tanto a fans de las series, como a estudiantes del sector audiovisual o profesionales del sector. Una serie de encuentros donde tendremos la oportunidad de saber los entresijos y aspectos más desconocidos sobre las ficciones televisivas del momento.

"Es la serie española del año": Movistar Plus estrena un thriller adictivo de seis capítulos perfecto para ver en verano

Movistar Plus y el creador Pau Freixas, conocido por su trabajo en 'Sé quien eres' o 'Pulseras rojas', estrenan una nueva adaptación de la novela homónima de Ramsey Campbell, que Jaume Balagueró ya llevó a los cines en 1999.

Por Ignacio Herruzo Martínez Publicado: 12/06/2025



Jaume Balagueró es uno de los referentes en el género del terror en España. Estrenada en 1999, 'Los sin nombre' fue una adaptación de la novela homónima de Ramsey Campbell, que narraba las terribles vicisitudes que ha de sufrir una madre a raíz de la misteriosa desaparición de su hija, situación que se prolonga durante años. Galardonada con los premios a Mejor actriz, Mejor fotografía y Mejor Película en el Festival de Sitges, fue la puerta de entrada para un director que más tarde nos ha dejado algunas de las mejores películas españolas de terror.



25 años después, Movistar Plus, de la mano del creador Pau Freixas, conocido por su trabajo en 'Sé quien eres' o 'Pulseras rojas', adaptará esta historia en formato serie. A la espera de la llegada de 'La Caza Irati' con Megan Montaner, es una de las series españolas más esperadas de Movistar en 2025. La serie, que cuenta con Miren Ibarguren, Milena Smit, Susi Sánchez y Eva Santolaria en el reparto, se estrenará el 26 de junio en Movistar.

'Los sin nombre' es el gran estreno de Movistar en junio



'Los sin nombre' es una serie original Movistar Plus+ en colaboración con Filmax. Si hace un año te gustó 'Segunda muerte' en Movistar Plus, en 2025 la principal apuesta de misterio es 'Los Sin Nombre'. Cuenta la historia de Claudia, una mujer que pierde a su hija Ángela de forma traumática para descubrir, años después, justo cuando empieza a recuperarse del trauma, que puede que su hija aún siga con vida. "Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!". Los seis capítulos estarán disponibles el 26 de junio.



Pau Freixas, creador y director, explicó durante la presentación de la serie en el BCN Film Fest, que es un thriller con pequeños toques sobrenaturales y, aunque podríamos decir que plantea si los milagros existen, de lo que realmente habla la serie es de la necesidad de las personas de creer en algo". Por su parte, Fran Araújo, productor ejecutivo en Movistar Plus+, defendió que "los guiones de Pol son adictivos y llenos de personalidad, y la visión de Pau sobre la historia nos cautivó desde el primer momento. Tiene todos los ingredientes que buscamos en una serie: punto de vista, ambición artística y deseo de llegar a un gran público".



Carolina Yuste y Laia Manzanares en un fotograma de 'La canción' · Fotografía: Movistar Plus+

ENTREVISTA

Un éxcel "plagado de enlaces a vídeos e imágenes" de archivo y el uso de "entre 10 y 12 fuentes" para "dar frescura" a 'La canción'

La documentalista Patricia Fombella rememora los pasos dados y los hallazgos encontrados en su trabajo para la miniserie de Movistar Plus+ y Buendía Estudios

MARIAJO ARIAS 13.06.2025

Durante una cacería amañada, aunque él no lo sospeche, Francisco Franco se queja al ministro Manuel Fraga de que en Europa no quieren a España porque, argumenta citando una conversación con su esposa, de lo contrario alguna vez habría ganado Eurovisión. Y así, como si fuese tan fácil ganar Eurovisión como sacar unas piezas de caza del zurrón y hacer creer al Caudillo que han muerto por su buena puntería, arranca 'La canción', con el encargo a Fraga de que haga lo que tenga que hacer para que España gane el festival. Bajo esta premisa, la miniserie creada por Pepe Coira y Fran Araújo para Movistar Plus+ en colaboración con Buendía Estudios recorre con agilidad y mano firme cómo se gestó y ejecutó el triunfo de Massiel en Eurovisión en 1968. Estrenada hace un mes y con solo tres capítulos, quienes la hayan visto habrán

comprobado que en su metraje se alternan imágenes de archivo con las rodadas bajo la dirección de Alejandro Marín y protagonizadas por, entre otros, Carolina Yuste (Massiel), Alex Brendemühl (Artur Kaps), Xosé Touriñán (Manuel Fraga) y Patrick Criado (Esteban Guerra). De cómo se consiguió llegar a todas esas imágenes de archivo que se ven en pantalla, de bucear en los 'recuerdos' almacenados de media Europa y de cómo se documenta una serie como esta hemos hablado con Patricia Fombella, documentalista de 'La canción'.

Cuando Fombella se incorporó a la producción, Pepe Coira y Fran Araújo, sus creadores, ya tenían escrita la miniserie y "habían hecho un buen trabajo de documentación". Su labor no fue tanto para la fase de escritura de guion, sino todo lo que vino después y "cosas más concretas" como, por ejemplo, el paso de Raimon por la Complutense o detalles sobre el vestido de Massiel. Para 'La canción', rememora la especialista en producción audiovisual e investigación visual, tuvo una reunión tanto con los guionistas como con los productores: "Ellos querían documentar la época y ver qué había en televisiones europeas. A partir de ahí, leí guiones y generé un documento de cada episodio, desglosé los guiones y busqué imágenes en todos los sitios a los que fuese posible acceder o no, pero para que ilustraran la época, de cada una de las referencias que salía en el guion". Y pone como ejemplo, para que su explicación resulte más gráfica y clara, las revistas de la época. Todo eso que iba encontrando lo iba añadiendo a un documento compartido en Drive al que tenían acceso todos los departamentos.

> *"Busqué fuentes de donde nutrirme para poder documentar cada uno de los apartados [del guion]"*

En paralelo, iba buscando, pidiendo y recolectando material tanto de Televisión Española como de otras televisiones europeas como BBC, cadenas francesas, la RAI, países por donde habían hecho gira tanto Serrat (primer enviado a Eurovisión) como Massiel (su sustituta)... incluso contactó con los organizadores de Eurovisión. "Busqué fuentes de donde nutrirme para poder documentar cada uno de los apartados", resume Fombella, que apunta que "en 'La canción' hemos accedido a entre 10 y 12 fuentes diferentes". Ese documento compartido acabó albergando "grandes hallazgos" como uno localizado en la INA, en el archivo francés: "Me encontré un vídeo de Courrèges justo de la presentación de la colección de esa época. Y claro, para mí fue como, 'Guau, mira lo que he encontrado'. Entonces se lo pasé a Alejandro [Marín] y lo puse dentro de los materiales. El éxcel este que te decía estaba plagado de decenas de links a vídeos y a imágenes".

La experiencia ha sido la de un trabajo “muy interesante y muy entretenido”, pero también la de “un proceso muy laborioso” y “bastante intenso” porque lo llevaron a cabo en unos seis meses con el mes de agosto de por medio. “Fue laborioso, pero también muy interesante y plagado de pequeñas complicaciones a la hora de acceder y cosas por el estilo, pero muy interesante, la verdad”, valora.



Patrick Criado y Laia Manzanares en un fotograma de 'La canción'

Seis meses y entre 10 y 12 fuentes utilizadas, cada una con sus propios mecanismos, procesos y particularidades. “El tema archivo es bastante complicado. En la mayoría te tienes que dar de alta, contarles qué estás haciendo y te dan un acceso -en su mayoría online– para que puedas bucear en sus archivos”.

> *"Es bastante intrincado, caro y luego tiene muchos vericuetos legales en cuanto a derechos de imagen"*

Acceder no suele implicar coste, pero sí usar el material encontrado. Un paso que “es bastante intrincado, caro y luego tiene muchos vericuetos legales en cuanto a derechos de imagen”. ¿Y en el caso del archivo de RTVE? “En el archivo de Televisión Española”, responde, “o bien buscas en el buscador que tienen online, que tienen algo de material colgado, o lo que haces es que contactas con el archivo y les pasas un requerimiento de lo que buscas, un listado. Ellos te hacen una búsqueda y te envían la información y el material que tienen de esta época. Lo que hacen es que lo suben en baja calidad a una plataforma para que lo puedas visionar o bajar para

usarlo en montaje. Luego, de acuerdo a lo que necesites, pasas los tiempos y haces los cortes en esta plataforma de cada clip y lo compras en alta". Esas solicitudes de búsqueda, apunta, sí acarrean un coste.

Una vez conseguidas las imágenes que se necesitan para la producción, la labor del documentalista puede finalizar ahí o continuar dependiendo del proyecto, como apunta Fombella. "En el caso de 'La canción' hubo como dos áreas diferentes. Una era que buscara información de la época para ilustrarla, independientemente de si había posibilidad de acceder al contenido que estaba proponiendo o no. Otra era el ir a por imágenes a las que pudiéramos acceder y que se pudieran usar. En este caso, yo hice todo el proceso acompañada por el departamento legal. Para que te hagas una idea, trabajé mucho en contacto con Alejandro Marín, el director, y con montaje", resume. Del director, con el que ha trabajado estrechamente, alaba su "mirada" y "el valiente uso que hace del archivo incorporándolo de una manera tan orgánica que, a veces, resulta difícil distinguir si se trata de material de archivo o de imágenes filmadas por él".



Marcel Borràs en un fotograma de 'La canción'

El siguiente paso dentro de las competencias de Fombella, y en función de lo que se iba necesitando para dar forma a la serie, era el de contactar con quien tenía los derechos de las imágenes. Por ejemplo, si decidían que querían materiales de la BBC, le pedía a la cadena británica que le "enviaran la plantilla básica de contrato para que el departamento legal lo estudiara y viera si estaba todo bien. A partir de ahí, se hacían los cambios pertinentes y, llegado el momento, cuando ya tenía los tiempos definitivos, pues hacía el pedido a BBC, siempre supervisada por legal. Ellos eran los que se aseguraban de que se pudiera usar las imágenes y este tipo de cosas. Después, se hacía el pago".

Aunque quien “termina de verificar para que haya coherencia histórica” es el departamento de arte, ella también participaba de la revisión última para que no se escape nada. En el capítulo de anécdotas de situaciones que pueden darse, cuenta que en un momento dado en montaje “necesitaban a alguien que hiciese como de periodista del telediario” y recurrieron al material que ella tenía de TVE donde había compartido “con ellos un presentador cualquiera que había de telediario”. Sin embargo, cuando se lo comentó a Televisión Española desde la cadena le avisaron de que ese presentador no era de la época, sino de 15 años después. “Yo iba contrastando por un lado, pero también arte contrastaba por su lado”, resume. Cuanta más comprobación, menos errores.

Del 'public domain' a la "gran producción"

La de ‘La canción’ no es la primera incursión de Patricia Fombella en el mundo del cine y las series. Antes de su colaboración con este original de Movistar Plus+ con producción de Buendía Estudios ya se había dedicado a “diferentes áreas del sector audiovisual” enfocándose en los últimos años en el “documentalismo”, que siempre le ha “gustado mucho”. Participó en ‘Nosotros no nos mataremos con pistolas’ (2022), ‘La pell dels murs’ (2022) y ‘Kimeres' (2024), su anterior trabajo antes de ‘La canción’ y del que cuenta que “es una serie de ficción de seis episodios solo montada con imágenes de archivo”. Aquel proyecto lo afrontó y vivió como un “un superdesafío porque no teníamos un gran presupuesto, tiramos mucho de material en ‘public domain’. Fue muy laborioso. Cada uno de los guionistas contaba una historia que no tenía nada que ver con la otra, con un tono completamente diferente”. Junto con una de las jefas del archivo de TV3, con la que trabajó en ‘Kimeres’, recorrió el archivo de Televisión de Cataluña, pero también familiares, comarcales, locales...



Patrick Criado en un fotograma de 'La

> *"En 'La canción' hice un salto brutal e incorporé archivos de Europa en general"*

No es de extrañar que, tras aquella experiencia, valore 'La canción' "como un salto a la gran producción, por decirlo de alguna manera". Y argumenta la comparación: "Es otro registro, una cosa es hacer documentales o cosas para televisión y otras saltar a pelis o series (...) En 'Kimeres' había hecho un uso internacional de imágenes, pero en 'La canción' hice un salto brutal e incorporé archivos de Europa en general. También para tener una mirada un poco de con qué ojos se miraba desde fuera, no solo con lo que ya teníamos visto de aquí". Algo que, por otra parte, es parte de la trama de la serie.

Después de todo, el empeño de Franco en ganar Eurovisión tenía que ver con cambiar la imagen que en Europa tenían de la dictadura. En el caso de la búsqueda de esas imágenes fuera de aquí y desde el punto de vista de Patricia Fombella, eso hacía su trabajo más interesante porque "hay cosas que están igual un poco trilladas desde la mirada de aquí o desde el archivo convencional, por decirlo de alguna manera, y el hecho de mirar a un archivo como el británico Kinolibrary" cambia la imagen que plasma en la serie. De hecho, explica que de ahí sacaron "los taxis que se ven en algún momento en París, cuando cambia la rodada con el archivo". Al final, parte de su labor consistió en buscar "en sitios de fuera, un poco para darle cierta frescura, aunque hay algunas que inevitablemente son las que hay, las de Raimon, por ejemplo".

El mejor archivo está en Girona

Pese a haber recorrido con 'La canción' tantos archivos europeos y haber tenido una buena experiencia tanto con el mencionado Kinolibrary–"está muy bien y es como delicatessen, aunque no es barato"–, el de Televisión Española, la INA o la BBC –aunque este "es un poco más intrincado porque vas a través de Getty, no te confirman que te van a dar los derechos hasta que haces el pedido, lo cual te dificulta un poco las cosas"–, su favorito lo tiene cerca de casa, en Girona. Ella está en Barcelona. "No lo he usado en 'La canción' porque no pude, pero existe el archivo de Girona, que para mí es de los mejores archivos que conozco, inclusive en relación con todos los que he mirado del mundo. Es un archivo que ha sido creado por alguien amante de archivos, es un referente. Y está muy bien porque es tan fácil como que tienen todo colgado en línea (...) y tú te lo puedes bajar tanto de gráfico como de fotos, como de vídeo. Buscas 'casas', te salen archivos y lo que te interesa te lo bajas directamente allí en baja y ya lo tienes para montar. Además, te ponen qué derechos tienes, toda la información del archivo y para mí es de lo mejor que hay. Es es mi preferido porque me parece grandioso que un archivo en principio pequeño tenga tan bien organizado todo. No tiene nada que envidiarle a grandes archivos, realmente es sorprendente".



Carolina Yuste como Massiel en la serie 'La canción', de Movistar+ Plus

Otro archivo que se encuentra entre los predilectos de Fombella es The Archive Footage. Si se bucea en su web, nada más entrar y para hacerse una idea de lo que contiene, una frase de lo más pegadiza: "Sí: un sitio web genial de material de archivo". Así llama la atención sobre sus más 22.000 clips históricos en los que, incluso sin ser documentalista, quien entre puede perderse en el tiempo visitandoel Berlín de los 60 o el París de los 80, por ejemplo. Además, como comenta la documentalista de 'La canción', este archivo "tiene una historia muy bonita detrás". Concretamente la de Daniele Carrer, un italiano amante del cine nacido en 1977. Durante un tiempo aspiró a ser director, pero (la vida tiene estas cosas) acabó escaneando y restaurando películas y fundando The Archive Footage, cuyas imágenes han servido a otros para dar forma a sus historias.

SCREENDAILY

NEWS

Pedro Almodóvar's 'Bitter Christmas' sells to UK-Ireland

By Mona Tabbara11 June 2025



EXCLUSIVE: Pedro Almodóvar's Bitter Christmas has been picked up by Curzon for UK-Ireland release, as principal photography gets underway in Spain.

The deal was negotiated by Bárbara Peiró at El Deseo and Curzon Film managing director Louisa Dent.

The film follows an advertising director whose mother dies during a long weekend in December. She throws herself into her work, until a panic attack forces her to take a break and a trip to Lanzarote.

Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit and Quim Gutiérrez star.

The Spanish-language feature is produced by Almodóvar and his brother Agustín Almodóvar's El Deseo with the collaboration of Movistar Plus+ and is shooting between Madrid and Lanzarote.

“It has been a dream for all of us at Curzon and myself in particular to work with Pedro Almodóvar and the team at El Deseo,” said Dent. “To do so on this funny, introspective, and deeply moving film only adds to our euphoria. We wish Pedro and his team well with the shoot and look forward to bringing the film to audiences in the UK and Eire next year.”

Warner Bros will release the film theatrically in Spain.

IndieWire

NEWS FILM TV AWARDS VIDEO FUTURE OF FILMMAKING

BREAKING NEWS

Pedro Almodóvar's Next Movie 'Bitter Christmas' Set for Spanish Theaters and Streamer Movistar Plus+

Warner Bros. will release the film in Spain in 2026, with the North American release so far undisclosed.

By **Samantha Bergeson** June 10, 2025 8:44 am



Pedro Almodóvar attends the 50th Chaplin Award Gala

Pedro Almodóvar has found his next project. The auteur is now at work on "Bitter Christmas" for Spanish streaming platform Movistar Plus+. Almodóvar also collaborated with the platform on his English-language feature debut, "The Room Next Door."

"Bitter Christmas," or "Amarga Navidad," stars a slew of Almodóvar newcomers and staples, including Bárbara Lennie ("Petra"), Leonardo Sbaraglia ("Pain and Glory"), Aitana Sánchez-Gijón ("Parallel Mothers"), Victoria Luengo ("The Room Next Door"), Patrick Criado ("Riot Police"), Milena Smit ("Parallel Mothers"), and Quim Gutiérrez ("Darkbluealmostblack").

The film will be released in Spanish theaters in 2026, with Warner Bros. Pictures Spain distributing. It will then debut exclusively on the Movistar Plus+ platform.

IndieWire has reached out to Almodóvar's representatives for details about a possible U.S. release, though it can be assumed Sony Pictures Classics will release the film in North America, as it has all of Almodóvar's recent outings. We're told that festival play and a U.S. release will take place before the Movistar+ premiere.

"Bitter Christmas" centers on advertising director Elsa, now mourning the loss of her mother over a December holiday weekend. The official synopsis, as shared by Variety, reads: "She throws herself into work as a form of escape, not realizing she's denying herself the time to grieve. Her relentless pace is interrupted when a panic attack forces her to take a break. Her partner, Bonifacio, becomes her anchor in this moment of crisis. Elsa decides to travel to the island of Lanzarote with her friend Patricia, who is also looking to get away from Madrid, while Bonifacio stays behind in the city. The story of these three characters, and several others, runs parallel to that of screenwriter and film director Raúl Durán, intertwining fiction and reality. 'Bitter Christmas' explores how life and fiction are inseparably linked, sometimes painfully so."

The project is currently filming in Madrid and Lanzarote. Almodóvar and his brother, Agustín Almodóvar, produce through their El Deseo banner in collaboration with Movistar Plus+.

Almodóvar won the 2024 Venice Film Festival Golden Lion for "The Room Next Door," distributed stateside by Sony Pictures Classics. "I was very concerned about the English," Almodóvar told IndieWire about his first film in English. "We wanted an English that should sound American. My films have never been naturalistic. I have never aspired to the mumbling or babbling or pausing or some of those things that happen in regular language. I like my language to be concentrated and precise. In Spanish, it has worked well."

ECD CONFIDENCIAL DIGITAL
La web de las personas informadas que desean estar más informadas

MEDIOS

Subidón de DAZN: 50.000 suscriptores en un mes para ver el Mundial de Clubes

La plataforma cuenta con un equipo de más de 30 profesionales que van a cubrir el Mundial en Estados Unidos



Un partido del Real Madrid y el Atlético de Madrid en Liga.

Óscar Gutiérrez Martínez 12/06/25 |

DAZN gana **50.000 suscriptores** al emitir gratis **el Mundial de Clubes 2025** con una cobertura internacional sin precedentes.

'Boom' en DAZN a días del debut del nuevo Mundial de Clubes FIFA 2025. La plataforma ha logrado un incremento de **50.000 nuevos suscriptores en apenas un mes**, impulsados por el anuncio de que retransmitirá **de forma gratuita todos los partidos** del torneo que arranca este 14 de junio en Estados Unidos.

Según ha podido saber Confidencial Digital, el crecimiento ha sorprendido incluso a la propia compañía.

Este evento deportivo, que se presenta como “la Champions de las Champions”, ha sido la excusa perfecta para que DAZN despliegue su artillería pesada en términos de producción y cobertura internacional. Y parece que el resultado está funcionando incluso antes de que ruede el balón.

Cobertura integral: narradores de lujo y despliegue global

DAZN no se ha conformado con emitir los partidos. **Más de 30 profesionales** entre narradores, comentaristas, analistas, reporteros digitales y enviados especiales estarán al servicio de una cobertura sin precedentes.

Entre las **grandes voces** de esta edición estarán **Miguel Ángel Román**, quien narrará los partidos más destacados. Junto a él, **Guti** y **Joselu**, exfutbolistas del Real Madrid, aportarán su visión táctica y vivencias en el campo. Además, para los choques del club blanco o el Atlético, se sumarán **programas especiales con previa y postpartido de una hora** de duración.



DAZN impulsa su audiencia global con el Mundial de Clubes gratis

Cada jornada, una experiencia total

DAZN ha diseñado una programación exclusiva para cada jornada. Todo arranca a las 18:00 con un análisis previo presentado por **Sandra Díaz**, que dará paso al primer partido del día. Luego, habrá un análisis postpartido que enlazará con el segundo encuentro a las 21:00.

Para redondear el formato, el equipo de análisis incluye nombres como **Miguel Quintana, Alberto Edjogo, Pablo Pinto, David Fer, Juan Arroita o Álex de Llano**, mientras que **Sergio Quirante y Javi Valle** estarán a pie de campo desde Estados Unidos. Y en el entorno digital, el contenido correrá a cargo de reporteros como **Ainhoa Pérez, Diego Campoy y Elena G. Durán**.

DAZN lo emite gratis... y además en todo el mundo

Una de las claves del subidón de suscriptores ha sido la **gratuitad** de la emisión. DAZN ha cerrado un histórico acuerdo con FIFA para ofrecer el torneo completo de manera libre y global, en su app y redes sociales. Además, podrá sublicenciar partidos a cadenas locales, lo que multiplica su impacto.

El Mundial de Clubes 2025 reúne por primera vez a **32 equipos de las seis confederaciones** en un formato extendido, similar al de la Copa del Mundo de selecciones. Se celebrará del 14 de junio al 13 de julio, y clubes como el Real Madrid, Atlético de Madrid o Manchester City ya calientan motores.

¿Cómo verlo gratis?

Solo hay que registrarse en DAZN para acceder sin coste a todos los encuentros. Una estrategia agresiva que, por ahora, les está saliendo redonda. Y lo mejor, aún está por empezar.

¿Quién narrará el Real Madrid vs Al-Hilal?

- **Narrador:** Miguel Ángel Román
- **Comentaristas:** Guti y Joselu
- **Equipo DAZN:** Ainhoa Pérez

¿Y el PSG vs Atlético?

- **Narrador:** Miguel Ángel Román
- **Comentarista:** Juanfran Torres

DAZN pisa fuerte. Los datos lo dicen: la expectación es real.

PALCO23

MEDIA

IMG se hace con los derechos del Mundial de Clubes 2025 tras un acuerdo con Dazn

El acuerdo de sublicencia pactado por la over-the-top Dazn otorga a IMG los derechos en vivo para transmitir más de 55 partidos y más de 115 horas de cobertura del torneo a través de los canales Sport 24 a escala global.



El Mundial de Clubes de la FIFA 2025 empezará este domingo 15 de junio

Palco 23 12 jun 2025 - 12:21

IMG se alía con Dazn. IMG, agencia global líder en márketing deportivo, ha anunciado que ha asegurado los derechos para transmitir la Copa Mundial de clubes de la FIFA 2025 en los mercados de aerolíneas y cruceros, mediante un acuerdo negociado con Dazn. El acuerdo de sublicencia otorga a IMG los derechos en vivo para transmitir más de 55 partidos y más de 115 horas de cobertura del torneo a través de los canales Sport 24 a escala global.

La incorporación de la Copa Mundial de Clubes de la FIFA 2025 sigue al gran éxito de la Copa Mundial de la FIFA Catar 2022 y la Copa Mundial Femenina de la FIFA Australia y Nueva Zelanda 2023 en Sport 24. La primera presentó 172 horas en vivo transmitidas en Sport 24 y Sport 24 Extra, con más de 1,4 millones de pasajeros sintonizando durante sus vuelos.

Sport 24 es el primer y único canal de deportes en vivo disponible en aerolíneas y cruceros de todo el mundo. Puede verse en múltiples compañías como Etihad Airways, Emirates, Turkish Airlines, Singapore Airlines, Cathay Pacific, Carnival Group, Royal Caribbean, Celebrity, Norwegian Cruise Line y Fred Olsen.

El Mundial de Clubes de la FIFA 2025 empezará este domingo 15 de junio, hasta el próximo 13 de julio

Richard Wise, vicepresidente senior de contenido y canales en IMG, dijo: “Sport 24 trata de ofrecer contenido global para pasajeros globales, y la Copa Mundial de Clubes de la FIFA reúne a los clubes más grandes y exitosos del fútbol mundial, en un escenario global por primera vez; estamos encantados de asociarnos con Dazn para ofrecer una cobertura en vivo extensa del torneo a nuestros socios internacionales de aerolíneas y cruceros, para que los pasajeros no se pierdan ni un momento de la acción.”

Sport 24 y Sport 24 Extra se producen desde la sede de producción de IMG en Stockley Park, cerca del aeropuerto de Heathrow en Londres. Sport 24 también transmite en vivo eventos como el Campeonato Mundial de Fórmula Uno de la Federación Internacional del Automóvil (FIA), la National Basketball Association (NBA), la National Football League (NFL) (solo en vuelos), los majors del golf, los Grand Slams de tenis, torneos de cricket y más.

El nuevo formato ampliado de la Copa Mundial de clubes de la FIFA 2025 contará con 32 equipos, con partidos que se jugarán en 12 sedes icónicas de Estados Unidos. De hecho, ya se ha confirmado la participación de algunos de los clubes más importantes del mundo como Chelsea FC, Manchester City, Real Madrid CF, Paris Saint-Germain, Juventus, FC Bayern Munich, entre otros.

GolStadium amplía su oferta de fútbol internacional con la Copa Oro de la Concacaf 2025

La plataforma de Grup Mediapro emitirá de forma gratuita todos los partidos del gran torneo de selecciones de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe. Además, GOL y TEN darán una docena de partidos en la televisión en abierto.



2Playbook 12 de junio de 2025

GolStadium refuerza su oferta de fútbol. La plataforma deportiva de Grup Mediapro emitirá de gratuitamente todos los partidos de la Copa Oro de la Concacaf, el gran torneo de selecciones de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe.

Además, GOL y TEN darán 12 y 11 partidos, respectivamente, en la televisión en abierto, lo que amplificará la llegada de este campeonato al aficionado al fútbol en España. Como curiosidad, junto a las 15 selecciones de la región participará Arabia Saudí como invitada en esta edición y la próxima (2027).

Le Petit Lillois

11 de junio de 2025

Droits TV : Un tarif inférieur à DAZN, un million d'abonnés espéré pour la Chaîne 100% Ligue 1



Nicolas de Tavernost, directeur général de LFP Media, a tout récemment fait quelques confidences sur la future chaîne 100% Ligue 1, notamment sur son prix.

Président de la Ligue de Football Professionnel, Vincent Labrune apparaît de moins en moins dans les médias et laisse désormais la place à Nicolas de Tavernost, nommé directeur général de LFP Media en fin de saison. Ce dernier est, depuis, focalisé sur la création d'une chaîne 100% Ligue 1, censée succéder à DAZN, principal diffuseur du championnat de France la saison dernière.

Invité ce mardi sur les ondes de la radio RMC, celui qui travaille également pour CMA Média (groupe dont font partie ces ondes), le dirigeant a partagé sa confiance vis-à-vis de l'évolution de son produit : « Le projet avance. On sera capables de vous donner des nouvelles précises et la façon dont on va procéder à la fin de ce mois (de juin), puisqu'il faut être prêt pour le 15 août, date de la reprise du championnat. Il y aura une chaîne Ligue 1 à la reprise du championnat », a-t-il assuré avec conviction.

Un prix inférieur à DAZN

Nouvel arrivant sur le marché audiovisuel français, ses antennes diffusaient tout de même le basket français (Betclic Elite), le MMA et la Ligue des champions féminine, DAZN avait acquis 8 des 9 matchs de chaque journée de Ligue 1 et avait dévoilé, en conséquence, une tarification conséquente. Le 1er août 2024, la plateforme britannique avait officialisé le prix de son offre, commercialisée à 29,99€ par mois avec engagement, à 39,99€ sans. Celui-ci avait grandement fait parler et abouti à une situation d'échec.

De son côté, la Ligue de Football Professionnel souhaite éviter de réitérer les mêmes erreurs et promet déjà un prix d'abonnement inférieur à ce qui pouvait être initialement pratiqué la saison dernière : « On travaille sur deux chantiers. Le premier, c'est la production de cette chaîne. On a fait un appel d'offres qui est en cours. Beaucoup ont répondu pour avoir les consultants, les animateurs, etc. Et puis le deuxième chantier, c'est la distribution chaîne. Qui va la distribuer et comment elle va être distribuée ? Et on annoncera à ce moment-là les prix. [...] Tout ce que je peux vous dire, c'est que le prix sera inférieur à 20 euros par mois et qu'il y aura en plus un abonnement pour les jeunes », révélait ainsi Nicolas de Tavernost.

Où regarder la Ligue 1?

Autre sujet, celui du distributeur. Si les négociations perdurent, il devrait être plus aisé de suivre les joutes du championnat français la saison prochaine. Une plateforme leur sera dédiée : « Pour être très concret, premièrement vous pourrez télécharger la chaîne via une application que vous pourrez avoir sur votre téléphone, votre tablette, ou sur votre télé connectée, expliquait ainsi le directeur général de LFP Média. Ça c'est en direct. Et puis deuxièmement, il y aura des distributeurs. Les distributeurs ce sont Orange, Free, Canal, beIN qui pourront la distribuer », ajoutait-il.

Le football français espère ainsi pouvoir acquérir rapidement un million d'abonnés, sans quoi « il aura échoué », avouait Nicolas de Tavernost, estimant que 3,5 millions de personnes en France sont prêtes à payer pour suivre la Ligue 1.

Bundesliga renueva a beIN Sports como socio audiovisual en Francia hasta 2028-2029

La competición alemana y el grupo catarí trabajan juntos desde 2012. El acuerdo incluye también los partidos de la promoción de acenso y descenso y un programa semanal con resúmenes de los partidos de cada jornada.



2Playbook 12 de junio de 2025

La Bundesliga se podrá seguir viendo en beIN Sports en Francia. La competición alemana y el grupo catarí amplían cuatro años más su contrato audiovisual. La alianza, iniciada en 2012, se alargará, al menos, hasta el término de la temporada 2028-2029. No se han hecho públicos los detalles económicos del acuerdo.

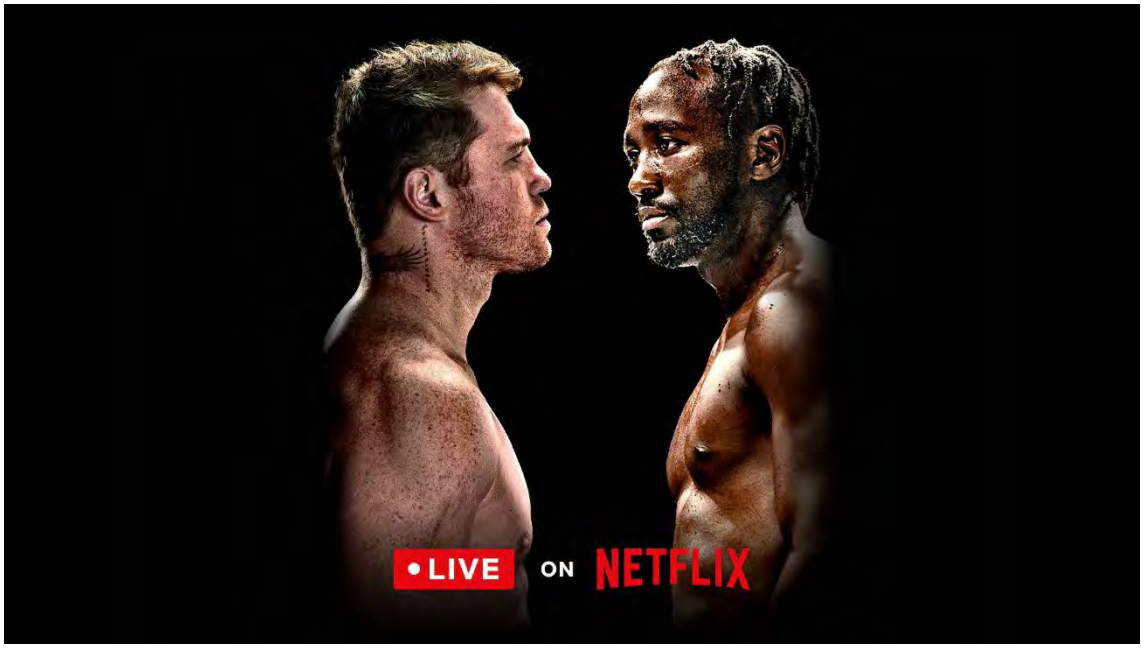
En un comunicado, la Bundesliga detalla que la asociación incluye, junto a los partidos de la temporada regular, la promoción de ascenso y descenso y un programa semanal con resúmenes de los partidos de cada jornada.

“beIN Sports tiene una fuerte presencia internacional y estamos orgullosos de trabajar con un socio a largo plazo en un mercado en constante evolución”, ha destacado Peer Naubert, director general y responsable de marketing de Bundesliga International.

Por su parte, Laurent De Camas, director general de beIN Sports en Francia, ha agregado que “esta asociación demuestra la relación de confianza que nos une a la Bundesliga”.

Netflix fortalece su estrategia de eventos en directo con el combate entre Canelo y Crawford

La plataforma de streaming vuelve a apostar por contenidos deportivos puntuales, pero de alto impacto global para atraer audiencia y suscriptores, esta vez apostando por dos "reyes libra por libra": Canelo Álvarez contra Terence Crawford.



2Playbook 12 de junio de 2025

Netflix continúa consolidando su modelo de eventos "breakthrough" (rompedores). La plataforma de streaming ha vuelto a apostar por una cita puntual, pero con la que espera captar la atención a nivel global de millones de espectadores. Se trata del del combate entre Saúl Canelo Álvarez y Terence Bud Crawford, que se celebrará el 13 de septiembre en Las Vegas. Esta apuesta se enmarca en una estrategia de contenido en directo que ya ha mostrado éxito con la NFL, WWE o la velada Tyson–Paul.

El evento reunirá a dos referentes del boxeo libra por libra: Canelo (62-2-2, 39 KO), campeón unificado del peso supermedio, y Crawford (41-0, 31 KO), invicto y bicampeón indiscutido.

La pelea será retransmitida en directo sin coste adicional para los suscriptores, en línea con la política de Netflix de incluir estos eventos dentro de la suscripción básica para atraer a nuevos clientes.

Esta apuesta refuerza la línea estratégica que Netflix ha adoptado en los últimos años: optar por eventos singulares con alto potencial de conversación y captación, sin comprometerse a largos derechos de temporada. Tras poner a prueba su capacidad técnica con la velada Tyson–Paul y los partidos navideños de la NFL, que acumularon audiencias de entre 28 y 108 millones pese a algunos fallos técnicos, Netflix ha visto recompensada su aproximación al directo.

La promoción previa incluye una gira de prensa por Riad (20 junio), Nueva York (22 junio) y Las Vegas (27 junio), coordinada con socios como Fanatics Fest y TKO, que busca amplificar la repercusión del combate. Desde el punto de vista comercial, Netflix refuerza el uso de estos eventos para generar engagement, conversación global y potencial aumento de suscriptores.

Aunque no se han revelado cifras de inversión, el éxito con Tyson–Paul ya impulsó la adquisición de 1,4 millones de nuevos usuarios tras esa emisión . Esta dinámica se considera central en su modelo: emisión puntual de eventos masivos que permitan posicionar a Netflix como plataforma de destino.

Del Hapoel al Nápoles: ¿hasta dónde llegará la entrada de capital 'yankee' en el baloncesto europeo?

Apenas una decena de clubes están en manos de propietarios que no son originarios del país donde compiten. Amar'e Stoudemire y David Kahn fueron los primeros con Hapoel Jerusalem y Paris Basketball. Italia y Reino Unido son las ligas con más extranjeros.



Álvaro Carretero 13 de junio de 2025

El capital estadounidense y de Oriente Medio han dinamitado el modelo de propiedad del fútbol europeo. Lo que empezó como un goteo de ventas de clubes es ya una ola constante. En lo que va de año, clubes como el Real Valladolid, Udinese, Chelsea Women, Hellas Verona, Leyton Orient, Everton FC, Rangers FC, Moreirense FC, Real Unión, AD Mérida o Spezia han pasado a manos de empresarios norteamericanos o les han dado entrada como minoritarios. Once clubes en menos de seis meses, que superan el número total de equipos europeos de baloncesto que están controlados por empresarios yankees, según datos extraídos de Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook.

El baloncesto europeo aún está lejos de ser un motor que atraiga la inversión extranjera en el Viejo Continente. Los clubes están en manos de empresarios locales a través de distintos modelos de propiedad: personas individuales (AS Mónaco Basket, Panathinaikos, Valencia Basket...), clubes de fútbol o empresas (Real Madrid, FC Barcelona, Olimpia Milano, Unicaja...), o amalgamas de empresarios, aficionados e instituciones públicas y que se gestionan a través de juntas directivas (Bilbao Basket, Básquet Manresa, CB Canarias...).

La venta de clubes de baloncesto es mucho menos habitual que en fútbol o en las ligas norteamericanas. Parte del problema radica en la estructura actual del negocio, insuficiente para cubrir los gastos necesarios para alcanzar la Euroliga o armar proyectos que luchen por títulos en competiciones domésticas y europeas. El modelo de operar a pérdidas, que acrecienta la excesiva dependencia de patrocinadores y propietarios; no tener la gestión o propiedad de los pabellones, y el enfrentamiento entre Fiba y Euroliga desde hace 25 años son los principales hándicaps que han limitado su capacidad de atraer inversión.

Y, sin embargo, en los tres últimos años se empieza a observar una tendencia incipiente en países como Lituania, Italia y Reino Unido. El apetito inversor empezó a despertar a medida que crecía el rumor de que la NBA podría desembarcar en Europa. El proyecto, ya confirmado, apenas ha presentado detalles aún, pero muchos confían en que su aterrizaje active las palancas para dar un salto de ingresos y fijar un modelo sostenible. De lo poco desvelado, sí hay un denominador común con los escasos empresarios estadounidenses que ya son dueños de algún club: invertir en construcción de marca y en instalaciones deportivas como eje central del proyecto.

Actualmente sólo hay diez clubes en manos de holdings o empresarios que no son de su país de origen. El último en cambiar de dueño ha sido el SS Napoli Basket, del que Matt Rizzetta y Daniel Doyle han adquirido el 66% del capital en una operación que valoraba el club en 2 millones de euros. Shaquille O'Neal participará como minoritario. Un año antes, el consorcio East Coast Sport Group Italia, liderado por el exjugador Ron Rowan, compró el Pistoia Basket e inyectó 1,5 millones al club nada más aterrizar. La primera venta de una organización italiana fue la de Pallacanestro Trieste, del que Cotogna Sports Group compró el 90% en 2023. El holding está liderado por Richard de Meo, Fitzann R. Reid y Connor Barwin.

La LBA italiana ya es la competición con más propietarios estadounidenses de Europa. Se trata de una de las ligas de mayor crecimiento, tanto en términos de negocio como en asistencia a los pabellones. La tendencia empieza a equipararse a la Serie A, donde más de la mitad de los clubes son propiedad de grupos extranjeros.

El nuevo decreto del Gobierno para acelerar la inversión en estadios y pabellones es una de las razones que explican ese renovado interés, así como la oportunidad de crear nuevas power houses ante la ausencia o quiebra de históricos como Cantú, Varese, Siena, Roma...

Es una situación similar a la que se produce en Reino Unido. El baloncesto británico no tiene la huella histórica del pallacanestro, pero esa es precisamente su mejor carta en la actualidad. Los clubes e inversores han encontrado una libertad casi absoluta para crear nuevos equipos como London Lions y Manchester Basketball, precisamente las ciudades donde la NBA querría franquicias británicas. Clubes y federación mantienen aún un enfrentamiento por el control de la liga debido a que se ha adjudicado su gestión a otro estadounidense, el ex consejero delegado de la Euroliga Marshall Glickman.

Glickman no cuenta con el el apoyo de los equipos, a los que se garantizó el control de la liga hasta 2027. Según el plan de los clubes, el objetivo era expandirse a nuevas ciudades a corto y medio plazo, con inversores extranjeros ya interesados en su modelo de franquicias y liga cerrada, más similar al de la NBA que al de las ligas europeas.

Así es como logró entrar Manchester Basketball, que ha debutado esta misma temporada. El club es propiedad de Ned Sherwood, fundador de la firma de inversión ZS Fund LP. London Lions también aprovechó esa coyuntura cuando cerró su venta a 777 Partners, fondo que posteriormente quebró dejando en el aire el futuro de una decena de propiedades deportivas. En verano del año pasado, tras pasar por administración judicial, pasó a manos del fondo lituano Tesonet, accionista minoritario del Zalgiris y gestionado por el fundador de NordVPN.

London Lions y Manchester Basketball también comparten otro punto: ambos integran masculino y femenino, otra anomalía del baloncesto europeo. Si bien cada vez es más habitual que los principales clubes tengan sección femenina, esta apenas tiene relevancia en sus estructuras ni en el presupuesto anual. De hecho, de todos los que disputan la Euroliga femenina, sólo Fenerbahçe, Valencia Basket, Casademont Zaragoza y Reyer Venezia comparten estructura con el equipo masculino; el resto son clubes exclusivamente femeninos.

Por otro lado, el capital lituano está siendo el más activo en el mercado junto al estadounidense. No sólo Tesonet ha irrumpido en el baloncesto europeo, sino que también Basketball Holding Company ha tomado posiciones. El holding lo conformaron el exjugador Rimantas Kaukenas junto a otros exjugadores, el empresario local Gediminas Žiemelis (una de las mayores fortunas del país) y otros extranjeros como Tom Klein y Arif Almeri.

Por el momento, es el único holding multiclub en Europa. Controla el BC Wolves y este año cerró la compra del equipo finlandés Helsinki Seagulls. También integra el equipo con sede en Dubái Sandstorm Shooters que, a diferencia del nuevo Dubái BC, sí compite en la liga de Emiratos y en los campeonatos asiáticos. Dubái BC, por su parte, fue creado el año pasado por una joint venture de empresarios emiratíes y serbios. En 2024-2025 entró en la ABA League balcánica y es uno de los que espera una invitación para la Euroliga de cara al año que viene.

Kahn y Stoudemire, los pioneros

La venta de los clubes analizados se ha producido entre 2023 y 2025. Es una muestra de cómo se empieza a acelerar este tipo de operaciones y de que cada vez más inversores buscan tomar posiciones ante una inminente y posible nueva ruptura.

Hasta 2023, apenas eran dos los propietarios de un equipo, aunque anteriormente ya hubo casos, como el de Pasquale Caputo, que llevó de la mano a un Kobe Bryant de 21 años para entrar como minoritario de Olimpia Milano en 1999. Ese fue el camino elegido por Amar'e Stoudemire, ex estrella de la NBA que acabó sus días como jugador en Hapoel Jerusalem. En 2013 logró la ciudadanía hebrea y se convirtió en copropietario del club, al que regresaría para acabar su carrera deportiva como jugador en 2018.

El único propietario de un club en solitario era David Kahn. París ha sido una de las plazas más convulsas para el baloncesto, con constantes quiebras de proyectos que nunca llegaron a consolidarse. La última, la de Metropolitans 92 el año pasado, el último equipo de Victor Wembanyama. Los orígenes de Paris Basketball se remontan a 2013, cuando tres equipos locales se fusionan para competir en la quinta división regional. Kahn, junto con Eric Schwartz, se hizo con el control en 2018 a través de Paris Basketball Investments, de donde bebe el nombre el actual club.

Kahn compró los derechos deportivos del Hyères-Toulon Var Basket para jugar en segunda división, logró el apoyo del Ayuntamiento de París y empezó a reconstruir el tejido local. Su grupo inversor apostó por el proyecto tras el acuerdo con la ciudad, que garantizó a Kahn la gestión del entonces renovado Halle Georges-Carpentier y, posteriormente, la gestión integral del futuro Adidas Arena, el único pabellón que se construiría para los Juegos de 2024.

Kahn ha sido una anomalía durante cinco años. Y, aunque los clubes europeos ya emergen como foco inversor, por ahora no forman parte de ningún holding multiclub. Ningún accionista o dueño coincide entre fútbol y baloncesto. La barrera de acceso en términos de inversión es menor. Un club como Nápoles se ha valorado en 2 millones, mientras que la sección de baloncesto del Real Betis

y la venta de Trieste se tasaron ambas en 5 millones. Otros, como Dubái BC, en lugar de pagar por comprar el club, han tenido que hacerlo para entrar en la ABA League, con un canon de 2,5 millones anuales durante tres años. Un club como el Rio Ave de la Primera Portugal se valoró en 20,5 millones el año pasado, mientras que el Real Valladolid, otro club ascensor en España, se ha tasado en 50 millones.

Si bien el fútbol tiene la capacidad de generar ingresos recurrentes, lo más habitual es recurrir a ampliaciones de capital para aumentar el límite salarial o compensar pérdidas. Rastar, dueño del RCD Espanyol, ha vuelto a inyectar otros 38 millones a cierre de 2024-2025, equivalente al presupuesto de los equipos que han llegado a la Final Four este año, como Fenerbahçe, Panathinaikos u Olympiacos. En baloncesto son los clubes que no dependen en exclusiva de un único accionista los que sí han alcanzado la rentabilidad, ya que en juego está su propia supervivencia. Sin embargo, estos equipos ya han encontrado su techo, ya que sin la posibilidad de generar más ingresos propios más allá del patrocinio, abonos y reparto de competiciones no pueden elevar su presupuesto.

theguardian

Sky Sports News' golden age at an end as rival platforms turn up the volume

Changes to the channel come as phone alerts and YouTube have replaced highlight packages and yellow ties

John Brewin Thu 12 Jun 2025 06.00 CEST



Rob Wotton and Natalie Sawyer on Sky Sports News presenting duties in July 2011, during the channel's heyday. Photograph: Felix Clay/The Guardian

Aconstant in pubs, gyms and hotel breakfast rooms, almost always with the sound down. Perhaps not since cinema's silent age have faces been so familiar without the general public knowing their voices. The vibe is more casual than in previous times, shirt sleeves rather than business suits, but the formula remains the same: a carousel of news, clips, quotes, quips, centred around highlights, all framed within a constant flow of results, fixtures and league tables.

Sky Sports News hits 27 years of broadcasting in August, having been launched for the 1998-99 football season by BSkyB. As the domestic football season concluded, news came of changes within the Osterley-based newsroom. Seven members of the broadcast talent team would be leaving, including the long-serving Rob Wotton and the senior football reporter Melissa Reddy, within a process of voluntary redundancies.

Sky sources – not those Sky sources – are keen to state the changes are not a cost-cutting exercise, instead a redress of SSN's place within a changing media environment. Ronan Kemp, the One Show presenter and Celebrity Goggleboxer, is understood to be in discussions to join Sky and despite Wotton's departure, Ref Watch will still be serving those who get their kicks from re-refereeing matches and VAR calls.

Rolling news, which became common currency around the time of the initial Gulf war with Iraq is no longer the go-to information environment. Sky News, SSN's sister organisation, is going through similar changes, including the loss of the veteran anchor Kay Burley. The smartphone, where news alerts supplant even social media, takes the strain of keeping the world informed of Micky van de Ven's latest hamstring injury. Desperate to hear even more from Jamie Carragher and Gary Neville? There are podcasts and YouTube channels available at a swipe.



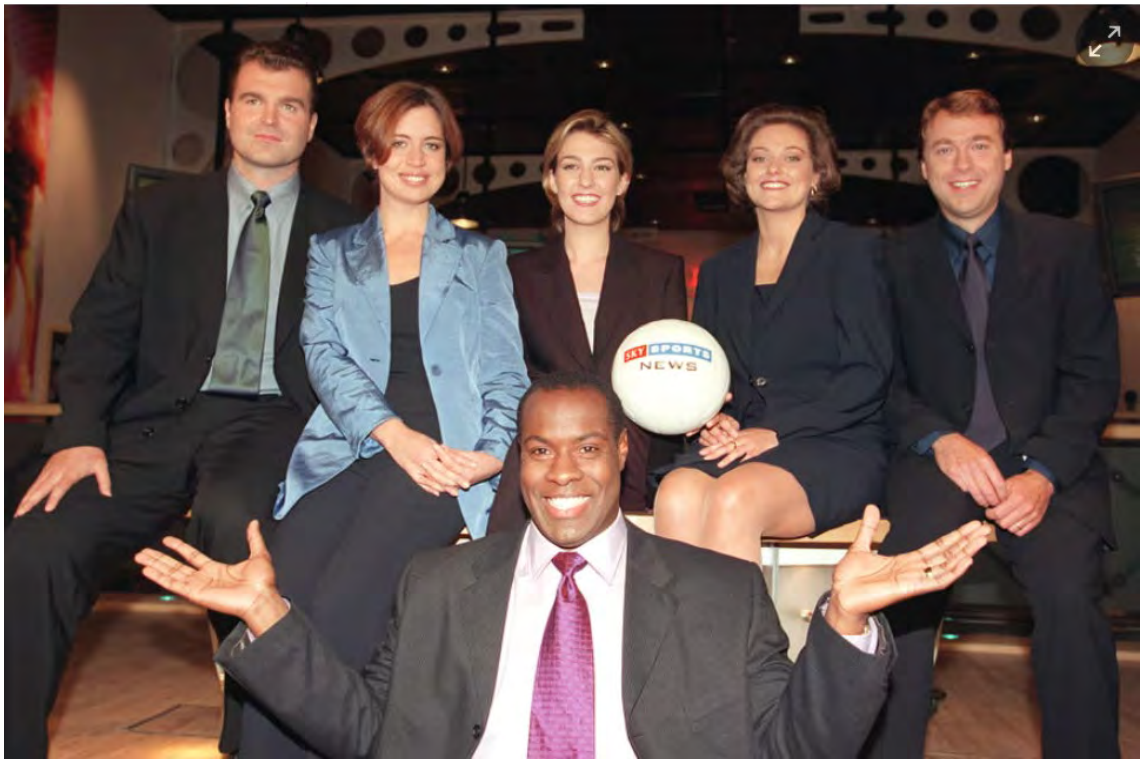
Melissa Reddy, the Sky Sports senior football reporter, is one of the broadcast team leaving.

In the US, ESPN's SportsCenter and its accompanying ESPNews channel were the progenitors of a medium copied globally and by Sky in launching SSN. SportsCenter is a flagship in marked decline from a golden 1990s era that made American household names of presenters such as Stuart Scott, Keith Olbermann and Dan Patrick.

ESPN, an organisation in the process of taking itself to digital platforms as cable TV gets mothballed, closed SportsCenter's Los Angeles studio in March. Linear TV's death will be slow, but it is dying nonetheless as streaming, all bundles and consumer choice, takes hold. Meanwhile, YouTube channels, with production values way below industry standard, amass huge audiences for fan-owned, independent media.

The time of viewers tuning in for 10pm highlights voiced over by presenters' catchphrases – Scott's "boo yah!" being the prime example – has long passed. Social media and YouTube have killed the demand. Though live sports remain the foundation of broadcasting contracts, highlights and analysis can be watched at the time of the viewers' choice. Digital is where the eyeballs go, and what the advertising dollar is attracted to, despite the ubiquity of Go Compare et al. Viewing figures remain healthy but the game is now about far more than ratings.

SSN's imperial period was the early millennium days of Dave Clark and Kirsty Gallacher's toothsome double act, to a time when the yellow ticker of breaking news held great sway, though not always delivering on its promise of earthquake journalism (news of Nicky Shorey's Reading contract extension, anyone?). Millie Clode, Di Stewart, Charlotte Jackson, Kelly Cates: a nation turned its lonely eyes to them.



At the launch of Sky Sports News in 1998, Mike Wedderburn is front and centre to present (from left) Dave Clark, Carrie Frais, Kelly Dalglish (now Cates), Clare Tomlinson and Julian Waters.

Then there was transfer deadline day, more important than the football itself. Long, frantic hours spent hearing Jim White's Glaswegian whine declare anything could happen on this day of days.

In the early years it often did, from Peter Odemwingie's mercy dash to Loftus Road to the brandishing of a sex toy in the earhole of reporter Alan Irwin outside Everton's training ground. Another reporter, Andy "four phones" Burton, labelled the night the 2008 window closed: "The best day of my life, apart from when my son was born."

Eventually, though, it became too knowing. Not even White's yellow tie, as garish as his hype, accompanied by Natalie Sawyer's yellow dress, could stop the event from becoming desperate hours chasing diminishing returns. Live television is a challenging environment, especially with nothing to feed off.

Though many presenters have been lampooned – abused in the more carrion social media age – the difficulty of "going live" with an earpiece full of instructions and timings should never be underestimated. How does Mike Wedderburn, the channel's first presenter, make it look so easy? When, in a broadcasting-carriage dispute between Virgin and Sky, Setanta Sports News was given brief life in 2007 – 22 months as the Dagmar to Sky's Queen Vic – it was made apparent how hard, and costly, the business can be.

Over-exposure to SSN – as happens when someone works in a newspaper sports department, say – can lead to contempt. The joins can be seen, too. Haven't they done that same gag for the past six hours and each time pretended it was an ad lib? Just what is Gary Cotterill up to this time? Why did Bryan Swanson always use such portentous tones?



Harry Redknapp chats on his phone while keeping an eye on Sky Sports News with QPR's owners on transfer deadline day in September 2014.

From morning till night, it would be ever-present. On weekend evenings, when you caught the skilled veteran duo of Julian Waters and the late David Bobin running through the day's events, you knew it was time to leave the office, down that late drink, question your life choices, the pair's clipped tones taking on the effect of a lonely late-night cab ride.

SSN is forced to move with the times. As is the case across the industry, journalists have often been supplanted by influencers, as the mythical, perhaps unreachable, "younger audience" is chased. That is not to say the channel is short of decent reporting. In the aftermath of the 2022 Champions League final in Paris, chief reporter Kaveh Solhekol produced a superb account of the ensuing chaos and danger while others floundered for detail.

SSN, like SportsCenter across the Atlantic, is now more a production factory for content being sent across the internet, published to multiple platforms, than it is a rolling news channel. Within press statements around the redundancies there was the word "agile", a term repurposed – and overused – in the business world, but meaning doing more with less. Next season, as heavily trailed on SSN right now, Sky will have 215 Premier League live matches to show, including every game played on Sundays.

That requires the company's shift in focus, for Sky Sports News in particular. Though look up wherever you are and it will still be on in the corner, almost certainly with the sound down.

EL PAÍS

2015-2025, 10 años de Netflix en España

NATALIA MARCOS 12.06.2025



Ted Sarandos, consejero delegado de Netflix, este martes en Madrid. / NATALIA MARCOS

Es difícil que algún madrileño no se enterara este martes de que Netflix estaba de fiesta. El muy céntrico tramo de la calle de Alcalá entre Cibeles y la Puerta de Alcalá estuvo cortado durante casi 24 horas (de las 12.00 del martes a las 11.00 del miércoles) porque Netflix estaba de fiesta. Un concierto, con artistas versionando diferentes temas emblemáticos de títulos de la plataforma, duró una hora, pero la fiesta siguió hasta la madrugada a puerta cerrada. Antes, por la mañana (y a puerta más cerrada todavía), el centro de producción de Netflix en Tres Cantos fue el escenario de un breve acto en el que Ted Sarandos, consejero delegado de la compañía (cargo que comparte con Greg Peters), sacó pecho de los logros y aportaciones de la empresa a España. Lo hizo en presencia del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y del ministro para la Transformación Digital y de la Función Pública, Óscar López. Sánchez agradeció a Netflix la inversión de 1.000 millones de euros hasta 2028 que anunció Sarandos y su contribución a la economía y la cultura española, además de la difusión de lo español en el mundo.

En realidad, hasta octubre no se cumplirán realmente 10 años de la llegada de Netflix a España. Pero a quién le importa: si la todopoderosa Netflix no puede celebrar las cosas cuando le da la gana, ¿entonces quién? Fue en la madrugada del 20 de octubre de 2015 cuando los usuarios españoles pudieron apuntarse al mes gratuito que ofrecía la plataforma entonces. Pocos meses antes, en junio, se confirmó que la plataforma

pasaría a estar disponible en España. Hasta entonces, todo eran rumores que se recibían con algo de escepticismo: ¿con toda la piratería que hay en España? ¿Quién va a pagar por ver series y películas en internet? Pues sí, Netflix vino y sí, se pagó (aunque no haya terminado con la piratería).

Con todo esto del 10º aniversario de Netflix, empecé a hacer memoria: ¿cómo era la televisión y el audiovisual hace una década y cómo la ha cambiado el streaming y Netflix como gran pionera internacional?



La gran foto de grupo de Netflix España en la Puerta de Alcalá tras el concierto del martes. / NETFLIX

El pico de la producción televisiva: En 2015, una serie que hoy suena tan lejana como *House of Cards* había emitido dos temporadas y *Orange Is the New Black* solo una. Parece que hablamos de series del pleistoceno, pero fue hace nada. A esa velocidad va ahora la televisión: lo que se estrenó hace 15 días, y pudiste ver en maratón entonces, hoy ya parece antiguo. En 2015, en Estados Unidos se produjeron 420 series, según el conteo anual de FX. En 2022, la cifra llegó, impulsada por las plataformas, hasta su tope, 600, y desde entonces ha caído ligeramente.

Precios y anuncios: Netflix llegó con tres opciones de contratación, la más barata de 7,99 euros al mes y la más cara de 11,99 euros. No tenía anuncios, que era una de las señas de identidad de la plataforma. Ahora, los anuncios están por todas partes en el streaming, como vimos hace dos semanas en este mismo boletín, y si no se quiere ver publicidad, en Netflix hay que pagar al menos 13,99 euros al mes y un máximo de 19,99

euros al mes para su versión premium. Casi ha duplicado su precio. Eso sí, la opción más barata, con anuncios, sigue costando menos que el precio original, 6,99 euros al mes.

Competencia: En el ecosistema de la televisión de pago, las operadoras de telefonía eran la única competencia que encontró Netflix en España, y en el *streaming*, la española Filmin y poco más. La oferta del *streaming* se ha multiplicado con la llegada sucesiva de compañías internacionales como Disney+, HBO Max, Amazon Prime Video, SkyShowtime y Apple TV+ o la reinvención de nacionales como Atresplayer o RTVE Play. Además, la llegada de Netflix espoleó la apuesta de Movistar Plus+ por la ficción televisiva nacional.



El éxito global de la producción local: La primera serie española de Netflix fue *Las chicas del cable*, que se estrenó en abril de 2017. Tras ella vinieron el fenómeno juvenil Élite o tres temporadas más de *La casa de papel* después de que las dos que produjo Antena 3 se convirtieran en un bombazo mundial en la plataforma. Los fracasos —con toda probabilidad, más que los éxitos— solo se pueden adivinar por la opacidad de la compañía con sus datos de visionados hasta hace poco tiempo. Según los datos que facilitó Netflix este martes, los títulos españoles han generado en el último año más de cinco millones de horas de visualizaciones en Netflix, casi el 20% del total de series y películas europeas. Y desde 2017, ha incorporado a su catálogo más de 1.000 títulos españoles (de producción propia y ajena). Cuatro de las 10 temporadas más vistas de series de habla no inglesa de la historia de Netflix son españolas: tres de *La casa de papel* (solo superada por *El juego del calamar*) y una de *Berlín*. Y cuatro películas españolas están entre las 10 más vistas de habla no inglesa de la historia de la plataforma: *La sociedad de la nieve, Nowhere, El hoyo* y *A través de mi ventana*. Que una serie o película española triunfe en el mundo no es una novedad, pero sí la facilidad

que ahora tienen para llegar a ese público internacional. Y hay que reconocer que viajar fuera de España y que te preguntaran por *La casa de papel* hacía que tu orgullo español se viniera un poco arriba.

Suscriptores: En la puesta de largo de Netflix, Reed Hastings, entonces consejero delegado de la empresa y uno de sus fundadores, aseguró que el objetivo era estar presentes en un tercio de los hogares españoles en siete años. Aunque nunca se hayan precisado cuántos suscriptores tiene en España, los datos publicados este lunes por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia del Panel de Hogares en su oleada del segundo semestre de 2024 dicen que el 63,3% de los hogares con acceso a internet en España usa plataformas audiovisuales de pago y el 44% de ellos usa Netflix. A juzgar por estas cifras, sí han alcanzado su objetivo de usuarios.

Impuestos en España: En 2015, Netflix apenas pagaba impuestos en España. Su sede social estaba en Países Bajos, un país con un tratamiento fiscal más ventajoso, y sus filiales españolas en esos primeros años apenas reconocían beneficios. Como contó Cinco Días, con sus dos empresas filiales, Netflix solo pagó 3.146 euros de impuestos en España en su primer ejercicio fiscal. Desde 2021, la compañía por fin empezó a facturar en España, por lo que el beneficio generado por su actividad aquí pasó a verse reflejado en su tributación. Netflix multiplicó por 17 sus ingresos en España, aunque solo multiplicó por tres los impuestos que pagó. Otro cambio ha sido la conocida como "ley Netflix", que desde 2022 obliga a las plataformas internacionales a pagar el 1,5% de sus ingresos anuales para ayudar a financiar la televisión pública, como el resto de cadenas de televisión y las operadoras de telecomunicaciones.

Lo que estoy viendo

Silvia Alonso, protagonista de 'Ladrones: la tiara de santa Águeda'. / DISNEY+

Esta semana os hablo de dos estrenos españoles. Por un lado, La frontera (viernes 13 en Prime Video). Esta serie, ambientada en los años ochenta y en la colaboración entre Francia y España contra el terrorismo de ETA, estuvo anunciada para estrenarse también en La 1 este mismo viernes, pero la cadena pública reculó pocas horas después y dejó su estreno en abierto pendiente de nuevas noticias. Así de clara es la estrategia de TVE con la ficción nacional...

Sobre La frontera leeréis este viernes un artículo escrito, con conocimiento de causa, por Luis R. Aizpeolea, que siguió el asunto de fondo de la serie durante décadas. En mi caso, visto el primer episodio creo que está claro que toma el contexto como punto de partida para luego inventar una ficción que combina trama policíaca y conflictos personales. Si se busca fidelidad a la realidad, quizá este no sea el mejor lugar, como concluye Aizpeolea en su análisis. Pero como thriller de entretenimiento, solo son cinco episodios y puede merecer la pena (ya os digo, solo he visto el primero).

También he catado Ladrones: la tiara de santa Águeda (viernes 13 en Disney+). He visto los dos primeros episodios y he dejado el resto para verlos este verano en familia. Tiene todo lo que esperas de una historia de ladrones, un entretenimiento digno en la estela de otras películas de ladrones y planificación de golpes perfectos, aderezado con el tira y afloja de la relación entre sus protagonistas. No es nada nuevo y bebe mucho del pasado, pero he agradecido esta vuelta al estilo de las películas noventeras palomiteras sin grandes pretensiones más allá de entretener. No estará en las listas de lo mejor del año, pero sirve para pasar el rato.

Hoy por Hoy | Ministerio de Ciencia y Tecnología | Cine y TV

La clave detrás del gran éxito de Netflix en España: "Han inventado el negocio de pagar por 'Los Serrano'"

La plataforma de vídeo en *streaming* cumple diez años en España



David Justo davidjusto_ Cadena SER12/06/2025 - 11:42 CEST

Netflix cumple diez años en España. A pesar de que llegó a nuestro país en la madrugada del 20 de octubre, la plataforma de vídeo en streaming por excelencia escogía el pasado martes 10 de junio para celebrar su décimo aniversario por todo lo alto en un evento multitudinario que tuvo lugar en Madrid. Un evento en el que estuvieron presentes tanto los actores y actrices de las distintas series y películas de Netflix como los grandes nombres de toda una industria cinematográfica que se ha rendido a los pies del que sin duda alguna es uno de los grandes fenómenos culturales de la última década.

Un tema sobre el que hemos hablado en el Ministerio de ciencia y tecnología de la Cadena SER, donde nuestros expertos Nuño Domínguez y Jaime García Cantero se han pronunciado acerca del fenómeno Netflix y sobre cómo ha cambiado nuestra forma de consumir contenido en Internet: "Netflix nació en el año 1997 como un servicio postal que mandaba DVDs a casa y tú los tenías que devolver. Lo que pasa es que hace muy bien la transición a Internet a partir del año 2000 con un servicio de valoración de películas primero y con el Netflix que conocemos en 2007".

La revolución de Netflix

Después de hablar acerca del auge de Netflix y de cómo la plataforma de vídeo en *streaming* se ha convertido en la preferida para los españoles y españolas, Ángels Barceló les ha preguntado a sus colaboradores si la llegada de este servicio si ha sido determinante para que hayamos cambiado la forma en la que consumimos televisión. Principalmente porque mucho antes de que llegara Netflix ya había televisión de pago en plataformas como Canal+, por ejemplo. Y Jaime García Cantero le ha mostrado la clave detrás del gran éxito de Netflix en España.

Bajo su punto de vista, la plataforma de vídeos en streaming ha cambiado el modelo de negocio por completo: "Lo que hace es televisión de masas de pago. Lo que teníamos antes era una televisión de pago que ofrecía contenido muy exclusivo. Si nos acordamos de lo que había antes de Netflix, yo siempre pongo el ejemplo de *Los Serrano* y *Los Soprano*. Unos poquitos veíamos *Los Soprano* y pagábamos por ello, y una gran mayoría veía *Los Serrano* gratis. Ahora Netflix ha inventado de pagar por Los Serrano".

El ejemplo perfecto de la serie *Adolescencia*

¿Qué quiere decir esto? Que Netflix ha inventado el negocio de una televisión que es a la vez masiva y de pago: "Ahora, con una suscripción, puedes encontrar todo tipo de contenido. Desde la alta cultura televisiva hasta la televisión super comercial. Ha cambiado mucho las cosas y el modelo de ver lo que yo quiera cuando quiera se ha vuelto imbatible". El único 'pero' que le pone al auge de estas plataformas es que ofrecen un contenido muy similar: "Todo tiene una misma línea narrativa, no hay nada que transgreda realmente cómo sí que puede hacer el cine".

No obstante, el experto sí que cree que Netflix es las únicas de estas plataformas que puede centrar el debate en un producto audiovisual como sucedía en el pasado: "Acordaos, por ejemplo, de la semana que tuvimos con la serie *Adolescencia*". Por lo tanto, Netflix ha conseguido conquistar el mercado con una estrategia completamente revolucionaria y para todos los públicos.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

DAMA y Netflix premian a cinco proyectos en la tercera edición del concurso 'Cuéntanos las historias que nadie cuenta'

Por Marco Sánchez Sequera -12 junio, 2025

DAMA, la entidad de gestión de derechos de autor de los creadores y creadoras audiovisuales, y Netflix, en colaboración con el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, han seleccionado los cinco proyectos ganadores de la tercera edición del concurso de ideas 'Cuéntanos las historias que nadie cuenta', enmarcado en el programa Cambio de Plano.

Esta iniciativa conjunta tiene como objetivo promover una mayor riqueza cultural en la ficción audiovisual, impulsar voces que reflejen la pluralidad de la sociedad y abordar la inclusión social desde perspectivas innovadoras y comprometidas.



Los proyectos seleccionados fueron elegidos entre las 408 propuestas recibidas. En total, se seleccionaron dos ideas de series y tres de largometrajes, que recibirán una dotación económica de 5.000 euros cada una y participarán en un programa intensivo de formación de cuatro meses.

Los proyectos elegidos son ‘Barrio Purpurina’, de Aldemar Matias; ‘Críos’, de Judit Llauradó Parejo; ‘Donde cabe mi tiempo’, de Johana Province; ‘Las chicas son’, de Beatriz Mbula; y ‘La magia de Darío’, de Raúl Gálvez.

Sobre ‘Cuéntanos las historias que nadie cuenta’

Estas cinco propuestas han sido seleccionadas por un jurado compuesto por las creadoras Daniela Fejerman y Carmen Garrido Vacas, Beatriz Álvarez Gallardo, de Netflix, y Mónica Zas, en representación del ministerio. El comité de lectura estuvo formado por Sara Bamba, Laura Ferrès Moreno, Nazaret García Crespo y Jiajie Yu Yan.

Durante el programa de acompañamiento, los autores y autoras recibirán tutorías personalizadas, clases magistrales y participarán en actividades de desarrollo de sus proyectos. El proceso culminará con una sesión de pitch ante profesionales de la industria en un festival nacional en 2026. Además, el jurado seleccionará dos de los cinco proyectos para la grabación de un teaser.

«Cambio de Plano es ya un referente necesario en el sector audiovisual, porque apoya a creadoras y creadores que dan voz a historias donde la inclusión no es solo un tema, sino el eje vertebrador de la realidad que compartimos«, asegura Virginia Yagüe, presidenta de DAMA. «Queremos compartir cinco historias que reflejan esa diversidad y esa inclusión que tanto necesitamos. Son relatos de personas migrantes, de barrios, de mujeres negras en la ciudad, de personas con discapacidad… En definitiva, historias que hablan de la vida tal como es, donde lo humano se sitúa en el centro de la narración.»

PMK

Noticia PUBLICIDAD ONLINE 12 Junio 2025

Publicidad en Prime Video: más anuncios y su impacto en los CPM del streaming premium

Por **Redacción** - 12 Junio 2025

Amazon, ha intensificado su estrategia publicitaria en Prime Video, duplicando de manera sutil el volumen de anuncios por hora. Este movimiento, que comenzó con una promesa de ofrecer una carga publicitaria significativamente menor que sus competidores, ha evolucionado en un lapso inferior a 18 meses, llevando la duración de los comerciales a un rango de cuatro a seis minutos por hora. Esta decisión, aunque no ha sido comunicada de forma explícita a los consumidores, ya había sido anticipada por la compañía a sus inversores, lo que demuestra una clara intención de expandir su inventario publicitario en un servicio de streaming que goza de un crecimiento acelerado. La confirmación de este incremento ha llegado a través de compradores de anuncios y documentos internos, evidenciando una mayor disponibilidad de espacios publicitarios dentro de la plataforma.

Este ajuste en la carga publicitaria de Prime Video es un indicador palpable de la madurez que está alcanzando el servicio de streaming en el mercado. En los últimos meses, Amazon ha implementado una serie de innovaciones estratégicas destinadas a incrementar su atractivo para los anunciantes. Entre estas mejoras se encuentran la disponibilidad de datos a nivel de programa, la facilitación de acuerdos de subasta privada y la pronta introducción de ofertas contextuales, todas ellas diseñadas para diferenciar a Prime Video de sus rivales en el saturado ecosistema del streaming. A pesar de las preguntas específicas sobre el aumento en la carga publicitaria, un portavoz de Amazon Ads ha reiterado el compromiso de la compañía con la mejora de la experiencia publicitaria en su conjunto, más allá de un simple incremento en la cantidad de anuncios mostrados. Este enfoque subraya una visión a largo plazo que busca equilibrar la demanda publicitaria con una experiencia de usuario que mantenga su valor y atractivo.

La introducción inicial de anuncios en Prime Video, con la configuración predeterminada para todos los suscriptores de Prime, generó cierta fricción entre los consumidores. Sin embargo, esta estrategia le otorgó a Amazon una audiencia

publicitaria inmediata de más de 150 millones de espectadores mensuales. Para suavizar la transición y hacerla más palatable para los usuarios, Amazon optó por mantener una carga publicitaria reducida en sus inicios. Esta contención inicial fue una medida calculada para asegurar la aceptación del nuevo modelo. Sin embargo, las señales de un aumento futuro ya se habían manifestado a finales de 2024, cuando la compañía comunicó a sus inversores su intención de "aumentar" el volumen de anuncios en 2025. Este cambio no es una sorpresa para los compradores de publicidad, quienes interpretan esta expansión como un esfuerzo por alinear el inventario de Prime Video con las dimensiones y expectativas del mercado de streaming en general.

En el contexto del mercado de *streaming*, la carga publicitaria de Prime Video, tras este aumento, comienza a reflejar los estándares más amplios de la industria. Mientras que plataformas como Netflix continúan ofreciendo una experiencia con menor interrupción publicitaria, servicios como Hulu, Tubi y Paramount+ presentan una carga publicitaria más pronunciada. Con este ajuste, Prime Video se posiciona firmemente en un nivel intermedio, equiparando su volumen de publicidad al de otras plataformas premium. Es crucial señalar que, a pesar de este incremento, la carga publicitaria en los servicios de streaming sigue siendo considerablemente inferior en comparación con la televisión lineal tradicional, que suele exhibir entre 13 y 16 minutos de anuncios por hora. Este diferenciador mantiene al streaming como una alternativa con una menor saturación publicitaria para el espectador.

El aumento del inventario publicitario en Prime Video, resultado directo de esta duplicación de la carga, implica una mayor oferta de espacios para los anunciantes. Si bien un mayor inventario suele conducir a una reducción en los CPM (coste por mil impresiones), los compradores de publicidad aún no han observado caídas significativas, aunque anticipan que estas se materialicen en un futuro cercano. Actualmente, los CPM de Amazon Prime Video se sitúan en un rango medio en comparación con otras plataformas de streaming. Esta situación presenta una ventaja potencial para los anunciantes, ya que un entorno de puja con una oferta incrementada debería permitir a los compradores acceder a impresiones a precios más eficientes. La capacidad de escalar el gasto publicitario sin comprometer drásticamente la experiencia del usuario es un aspecto positivo que resalta en esta estrategia.

La posibilidad de que Prime Video reduzca sus precios entre un 10% y un 20% podría generar un desvío de la inversión publicitaria hacia su plataforma, un escenario atractivo en un entorno minorista donde los clientes buscan maximizar sus presupuestos. Una plataforma premium con tarifas más accesibles se convierte en una opción valiosa. Además, el aumento del inventario facilitará la segmentación de categorías de nicho a gran escala para los compradores de publicidad, permitiendo a los anunciantes aprovechar al máximo las capacidades de datos granulares que ofrece la plataforma orientada a la demanda de Amazon. Sin embargo, no todos los actores

de la industria están convencidos de que un mayor inventario sea la solución definitiva a los desafíos de Prime Video. Algunos argumentan que la principal barrera para muchos anunciantes no reside tanto en el precio como en la medición.

La dificultad para comparar el rendimiento de Prime Video con el de otras plataformas se debe a que Amazon realiza mediciones predominantemente dentro de su propio ecosistema, lo que complica la justificación de los CPM más elevados, especialmente cuando los resultados no pueden ser contrastados con otras fuentes. Asimismo, los compradores de publicidad están vigilando de cerca la posible degradación del rendimiento a medida que la carga de anuncios aumenta. Aunque unos CPM más bajos resultan atractivos, conllevan el riesgo de una disminución en la tolerancia del espectador, lo que podría derivar en una desconexión o una menor efectividad de los mensajes publicitarios. Si bien los efectos completos de este cambio en el mercado podrían tardar en manifestarse, la gestión rigurosa de los ingresos publicitarios por anunciante será un indicador clave para Prime Video de la verdadera efectividad de sus anuncios.

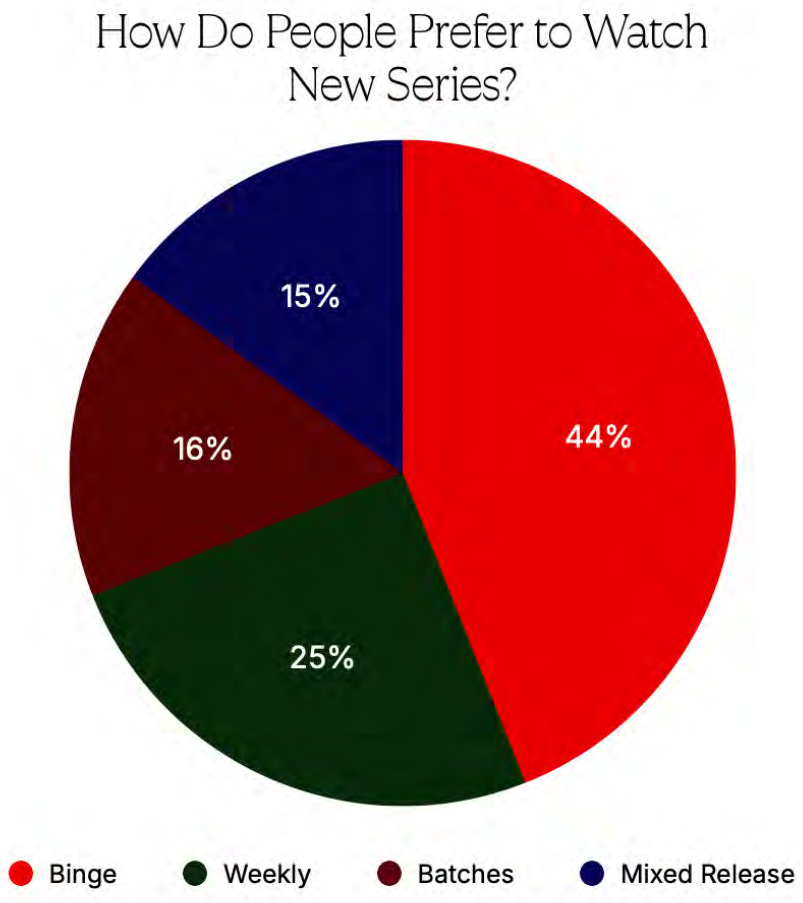
PUCK

What I'm Hearing...

THE INSIDE TAKE ON HOLLYWOOD

Matthew Belloni 13.06.2025

Less than half of viewers want to binge: Netflix C.E.O.s Greg Peters and Ted Sarandos love to talk about how consumer-friendly their service is, with binge viewing usually a centerpiece. But McKinsey is out with a new survey showing only 44 percent of respondents prefer the all-at-once model. Lots of love for the hybrid models of either multi-episode drops or a few initial episodes followed by weekly...



Source: *McKinsey; 7,000 consumers worldwide, including 3,000 in the U.S. Released June 2025.* Batches *refers to series released in two or more parts;* Mixed Release *refers to series with a small batch of initial episodes followed by a weekly release.*

El informe del CAC 2024 analiza el papel disruptor de la IA en el audiovisual

CAC - Informe 2024 Audiovisual



La última edición del Mercat Audiovisual de Catalunya ha sido el marco en el que el CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya) ha presentado su informe 2024, en el que la IA tiene un papel central al impactar directamente en áreas como los derechos de autor, la desinformación o la educación.

El informe sobre el audiovisual en Cataluña 2024, presentado por Laura Pinyol, responsable del área de investigación del CAC, analiza el papel disruptor de la inteligencia artificial (IA) generativa en aspectos tales como los derechos de autor, la desinformación, la educación audiovisual, el género y el periodismo. También presenta, como cada año, una radiografía del sector, y pone el énfasis en cómo el consumo está aumentando en los nuevos sistemas audiovisuales, como las plataformas de vídeo bajo demanda y las redes sociales.

Por lo que respecta a los derechos de autor, el informe destaca el debate abierto entre las empresas impulsoras de la inteligencia artificial y los sectores que defienden una regulación del copyright. El estudio señala que el pasado 25 de febrero, la Administración Trump lanzó el AI Action Plan, un proyecto que tiene como objetivo consolidar el liderazgo de Estados Unidos de América en esta tecnología. En este marco, la empresa OpenAI, propietaria de ChatGPT, defiende la libertad de acceso a los contenidos y se protege "tanto de las autocracias, como de las leyes y la burocracia".

En relación al tema de la desinformación, la vicepresidenta ha explicado que estamos asistiendo a un círculo destructivo que se inicia con las fake news, se multiplica con la viralización y produce una polarización, que supone una erosión de la democracia. Además, Pinyol ha señalado que la educación es un ámbito esencial que pide una intervención pública ante el reto de la inteligencia artificial para evitar riesgos y disfunciones. La vicepresidenta del Consell ha aludido a la necesidad de abordar la educación tanto si se trata de defender a las personas de la IA como de aprovechar las nuevas herramientas".

Radiografía del sector audiovisual catalán

El Informe sobre el audiovisual en Catalunya 2024 muestra que el sector audiovisual catalán facturó 8.636 millones de euros en 2023, una cifra que supone un incremento del 14,1% respecto al año anterior y que representa el 3% del PIB de Catalunya. El sector tenía un total de 4.161 empresas en 2024, que suponían, con datos de 2023, 41.866 puestos de trabajo. Las empresas crecieron un 4% y el empleo aumentó un 12,6% respecto a los ejercicios anteriores.

De forma segmentada, el principal motor del sector audiovisual en Cataluña fue el entretenimiento audiovisual (4.434 millones de euros), seguido de la publicidad y comunicación (3.087 millones de euros) y de los medios de comunicación (1.115 millones de euros). A nivel global, la facturación del sector audiovisual fue de 2,8 billones de dólares (datos de 2023), un 5% más que el año anterior y superior al 3,2% del crecimiento de la economía mundial, lo que muestra la vitalidad del sector.

El sistema audiovisual propio de Cataluña, que reúne los servicios audiovisuales establecidos en el Principado, está formado por 494 servicios de comunicación audiovisual. Este casi medio millar de servicios audiovisuales se distribuye por tipología en 66 canales de televisión (la suma de 50 canales de televisión en TDT y 16 canales de televisión por internet) y 428 emisoras de radio (la suma de 410 emisoras en FM y 18 radios por internet).

Cambios en el consumo de los espectadores

En cuanto al consumo audiovisual en Cataluña, en 2024 consolidó las tendencias de los últimos años: descenso sostenido de la televisión lineal, estabilidad de la radio y crecimiento de las plataformas digitales, las redes sociales y los contenidos interactivos.

En ese escenario, el televisor se mantiene como dispositivo central, gracias a la televisión híbrida con internet.

El consumo diario de televisión tradicional en Cataluña se situó en 2 horas y 36 minutos por persona, 7 minutos menos que en 2023 y más de una hora por debajo de la cifra de 2020. A nivel de España, por primera vez, el consumo bajó de las tres horas diarias (2 h 51 min), con una edad media de la persona telespectadora de 58. En Catalunya, TV3 fue la cadena más vista por decimoquinto año consecutivo, con un 13,7% de cuota de pantalla. A nivel estatal, Antena 3 TV obtuvo un 12,6% de cuota, seguida de La 1 (10,5%) y Telecinco (9,8%). El canal de Mediaset registró el peor resultado de su historia.

En cuanto a la radio, el consumo se mantuvo estable en torno a los 93 minutos diarios por persona. La penetración fue del 55% y casi 4 millones de personas escucharon radio en Catalunya, de los que un 70% lo hizo en catalán. La FM siguió siendo el principal sistema de emisión, pese a la caída de cuatro puntos porcentuales. Por el contrario, crecieron las escuchas por internet (+1,4%), el streaming (+0,9%) y los podcasts (+0,8%).

Los medios tradicionales, canales de televisión lineales, emisoras de radio y prensa, perdieron influencia un año más en favor del consumo a través de internet durante el 2024. En el caso del consumo televisivo, los servicios audiovisuales online bajo demanda, con las plataformas OTT e IPTV de pago, capitalizaron esta tendencia.

Por REDACCION • 12 Jun, 2025

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

La colaboración interinstitucional es la clave de la internacionalización del cine español, que mira ahora al mercado asiático

Por Redacción AV451 -10 junio, 2025

Las actividades de la segunda edición de ECAM Forum, el foro de coproducción impulsado por ECAM, con el apoyo de la Comunidad de Madrid y del Ayuntamiento de Madrid, han arrancado con una gran variedad de contenidos, al alcance de todos los paladares, desde un punto de vista más profesional o con una vertiente mucho más creativa.

En el ámbito industrial una de las primeras conferencias ha estado centrada en la internacionalización del cine español. Dentro del apartado Industry Talks de ECAM Forum, bajo el título «La promoción del cine español en un entorno internacional», tres de las principales instituciones estatales involucradas en la internacionalización de la cultura, han analizado la situación actual del cine español en el panorama internacional.



Por parte de ICEX ha participado Teresa Martín, Jefa del Departamento Audiovisual en ICEX, dependiente del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa; el ICAA ha estado representado por Camilo Vázquez, Subdirector General de Promoción y Relaciones Internacionales del Instituto de Cinematografía y las Artes Audiovisuales, adscrito al Ministerio de Cultura, y por parte de Acción Cultural Española ha intervenido José Manuel Gómez, Responsable del Área de Cine de ACE, que reporta al Ministerio de Hacienda y Función Pública.

Dos premisas fundamentales han impregnado el encuentro, que ha sido moderado por la Jefa de Cultura de la Cadena Ser, Pepa Blanes. En primer lugar, los tres ponentes han destacado la necesidad de la colaboración interinstitucional para paliar la endémica falta de recursos que es un obstáculo para la puesta en marcha de las diferentes acciones llevadas a cabo en el ámbito internacional.

«Los recursos son escasos y por eso la colaboración entre instituciones es una necesidad», ha comentado el representante del ICAA, unas alianzas entre entidades públicas que igualmente ha defendido la responsable de audiovisual de ICEX: «La colaboración es necesaria y la venimos haciendo desde hace muchos años. Por ejemplo, creo que ICAA e ICEX vienen colaborando en el Marché du Film desde hace más de 15 años».

La segunda idea relevante del debate ha sido la importancia de fijarse actualmente en el boyante mercado asiático, pero sin olvidar a Latinoamérica, como un puente ideal para dar el salto al mercado estadounidense.

«Nuestro compromiso es acompañar a la industria del cine tanto a nivel nacional como internacional. La presencia del cine español es cada vez más importante en los eventos internacionales y para impulsar esta presencia contamos con herramientas como las ayudas a la distribución internacional y las relativas a la participación de películas españolas en festivales internacionales», ha destacado Camilo Vázquez, que ha añadido a estas iniciativas la organización de encuentros de coproducción.

En este sentido, el Subdirector General de Promoción y Relaciones Internacionales del ICAA ha explicado que el nuevo plan de internacionalización de la cinematografía se asienta sobre tres ejes fundamentales: la presencia en foros internacionales, la presencia en festivales y la negociación de dichos acuerdos de coproducción bilateral y multilateral.

Uno de los últimos encuentros de coproducción organizados por el ICAA ha tenido lugar recientemente en Roma, en este caso con la colaboración de la Comunidad de Madrid, y en el que participaron 11 productores madrileños. Y el próximo de estos encuentros de coproducción se llevará a cabo en Colombia, en el marco de Bogotá Audiovisual Market – BAM. Siete productoras españolas viajarán a la capital colombiana a través del acuerdo de colaboración suscrito por Proimágenes Colombia, la Cámara de Comercio de Bogotá, el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico – FDC y el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales de España. Durante el mercado colombiano, que tendrá lugar del 14 al 18 de julio, se firmará además el acuerdo de coproducción bilateral entre España y Colombia.

La región latinoamericana es también objetivo prioritario para las acciones de ICEX, pero en su caso la piedra angular es México: «2025 es nuestro año México. Creo que es un territorio clave por tener una relación tan cercana a Estados Unidos. Ahora queremos colaborar con México desde la igualdad», ha defendido Teresa Martín. Asimismo, José Manuel Gómez comparte este interés por México y otorga prioridad absoluta a Latinoamérica. «Este año vamos a colaborar tanto con Colombia como con México. Este último país es el principal para nosotros, por encima incluso de Francia», ha afirmado.

Si Latinoamérica es un mercado obvio para España, el ICAA ha puesto ahora el foco en dos territorios gigantescos como China e India. Teresa Martín ha hecho igualmente especial hincapié en estos grandes mercados asiáticos, pero con ciertos reparos: «Asia es el sitio donde hay que mirar, pero son mercados muy difíciles de abordar, tienen otra manera de trabajar», ha apuntado. Las complicaciones que entrañan los mercados asiáticos también han sido puestas de manifiesto por el responsable del área de cine de ACE: «Es muy complicado el mercado asiático, tengo la sensación de que somos una gota en mitad del océano», ha reconocido.

Trabajar codo con codo en los eventos de España

Una de las acciones más efectivas de Acción Cultural Española para la internacionalización de cine español es la invitación de programadores internacionales a algunos de los 40 festivales nacionales con los que colabora: «Nosotros no podemos obligar a los festivales internacionales a que programen cine español, pero podemos invitar a sus programadores para que viajen a España para ver cine español», ha declarado José Manuel Gómez. La representante de ICEX en ECAM Forum ha hablado también de las misiones inversas a través de las cuales compradores y prensa internacional acude de la mano de ICEX a eventos españoles como

Conecta Fiction, el Festival de San Sebastián, MAFIZ del Festival de Málaga o Iberseries & Platino Industria, entre otros.

En lo que de igual modo coinciden los tres presentantes de las instituciones españolas es en el gran momento creativo del cine español, lo que facilita y mucho la internacionalización de la cinematografía nacional en su conjunto: «ACE surge para promocionar el otro cine español que por ejemplo no se ve tanto en las plataformas. Nuestros esfuerzos no se centran en las películas de Almodóvar o Amenábar, sino en otro cine español que no lo tiene tan fácil para su internacionalización. No tiene sentido que nosotros promocionemos a Los Javis, aunque a veces hay que hacerlo para acceder a determinados mercados», ha asegurado José Manuel Gómez.



La calidad como reclamo mundial es una idea unánime. «Lo que realmente abre las puertas de los mercados internacionales es la enorme calidad del cine español, esto facilita mucho el trabajo», coincide Camilo Vázquez, mientras que Teresa Martín va un poco más allá: «La marca se hace con la alta costura pero lo que hace industria es el «Prêt-à-porter»», ha reconocido responsable de audiovisual de ICEX.

Finalmente, el Subdirector General de Promoción y Relaciones Internacionales del ICAA ha ofrecido algunos datos del momento actual que vive el audiovisual español a nivel mundial. Así, entre las diez películas más vistas en plataformas en el año 2024 en todo el mundo aparece una única película europea y se trata de la producción española 'La sociedad de la nieve' de J.A Bayona. En el 'Top 10' mundial de las series más

consumidas en plataformas, también hay una única producción europea y es la serie española ‘Berlín’. Y en el ámbito europeo, en el ‘Top 10’ de 2024 de producciones exclusivamente europeas en los servicios de streaming, ocho son series españolas.

Sobre la guerra comercial emprendida por la Administración Trump y que puede salpicar al audiovisual, todos han sido muy prudentes, como no podía ser de otra manera. «En realidad, de momento, no hay nada. Estamos preocupados pero si hay aranceles para las producciones españolas, habrá una respuesta equitativa y eso también será un problema para Estados Unidos», ha confesado Camilo Vázquez. «Estamos en un tablero en el que pueden pasar muchas cosas. Nosotros en ICEX hemos analizado la guerra arancelaria y si se confirman los aranceles, esto afectará tanto a la producción y distribución europea como a la norteamericana», concluyó Teresa Martín.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Francia busca en España un aliado para la defensa del modelo audiovisual europeo y anima a los productores a luchar por mantener las IPs de sus obras

Por Redacción AV451 -9 junio, 2025



Desde hace décadas, Francia es el espejo en el que mirarse en todo lo que concierne al sector audiovisual y en particular cuando se analizan las políticas públicas y las regulaciones específicas. En estos tiempos tan convulsos, con los profundos cambios sufridos en los últimos años en términos de consumo audiovisual y con nuevos agentes externos intentado ser cada vez más protagonistas en la cadena de valor, si cabe, el papel referencial del país vecino se acrecienta.

Y si por si fuera poco, ahora llega la amenaza arancelaria vertida por la Administración Trump hacia el sector audiovisual europeo, que viene a introducir una nueva dosis de incertidumbre en un sector que casi siempre acostumbra a moverse por estos terrenos pantanosos. Quizá estas amenazas se queden en nada o revienten el mercado, pero pase lo que pase no está de más estar preparado para responder con firmeza si fuera necesario. Además, como en la Guerra Fría, la amenaza no solo viene del

exterior, también la UE se enfrenta en los próximos meses a una nueva etapa en la que iniciativas como el programa Europa Creativa, que aunque con sus sombras ha demostrado su eficacia, pueden perder influencia y lo que sería peor, fondos.

Históricamente, si algún país ha destacado por defender el modelo audiovisual europeo y la diversidad cultural como elemento de cohesión, ese ha sido Francia y lo hace con una seguridad insultante, sin arrendarse ante las amenazas exteriores o interiores, más bien lo contrario, casi muestran arrogancia, pero en el mejor sentido de la palabra. Una destacada delegación de la industria audiovisual francesa ha viajado a Madrid para reunirse con sus colegas españoles en los encuentros profesionales: 'Unidos para defender el modelo de financiación del audiovisual europeo', en el que han participado, entre otros, el presidente del CNC francés, Gaëtan Bruel. La idea de la delegación de francesa es sumar a España en esta cruzada por la defensa del actual modelo audiovisual europeo y, si puede ser, mejorarlo.

En las jornadas de Madrid se ha debatido sobre el sistema de financiación del sector audiovisual, sobre la exhibición cinematográfica, la educación audiovisual y se han comparado las particularidades normativas de ambos mercados y sus principales cifras. Sí, ya se sabe que España, como casi cualquiera en Europa, pierde en la comparación. Francia saca los colores al que se cruce y no se puede más que envidiar la situación de la industria audiovisual francesa, lo que no es nada nuevo. Pero tampoco es casualidad que Francia haya elegido España como primera parada de la gira que continuará por otros países de la región para defender un modelo audiovisual europeo basado en la diversidad cultural. No, los franceses saben muy bien donde vienen y por qué vienen en primer lugar aquí, buscan un poderoso aliado que, aunque dormido, rebosa talento y cuenta con gran capacidad productiva. Quizá otro de los defectos españoles es que solemos focalizarnos en escaramuzas con poca sustancia, mientras damos la espalda a las batallas que verdaderamente pueden cambiar el signo de esta guerra cultural y comercial. El objetivo ahora es sumar las fuerzas estos dos gigantes, aunque uno sea más pequeño y tenga todavía los pies de barro.

Abrió las jornadas en el Instituto Francés de Madrid la embajadora de Francia en España, Kareen Rispal, que destacó precisamente la importancia de unirse para defender esa diversidad europea, «en un contexto de guerra comercial que amenaza al sector audiovisual». El eje franco-español también lo defendió la Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial del Gobierno de España, María

González Veracruz, «con el objetivo de garantizar que Europa mantenga un lugar destacado en el mercado global».

Gaëtan Bruel, actual presidente del Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) de Francia, fue más allá, poniendo en valor un modelo europeo, flexible y que protege la diversidad cultural, que a su juicio "responde a las expectativas". Bruel dejó claro que no iban a permanecer quietos ante la amenaza Estados Unidos y más en un mercado cinematográfico tan desequilibrado como el actual y, paradójicamente, en favor de Estados Unidos. Simplemente hay que fijarse en un dato, solo el uno por ciento de los espectadores de las salas de los Estados Unidos corresponde al cine europeo, mientras que en Europa el cine 'Made in USA' se lleva el 60 por ciento de los espectadores. "Frente al cuestionamiento de Estados Unidos tenemos que actuar juntos, para que nuestros jóvenes sueñen con imágenes europeas, tenemos que proteger nuestro modelo. Europa debe marcar una norma marco que pueda adaptarse a las necesidades de cada estado", aseguró. Bruel también se refirió a la necesidad de ser ambiciosos para apoyar el programa Europa Creativa y su financiación, a la vez de impulsar la formación de espectadores de cine europeo por todo el continente: "Un eje franco-español nos va a permitir ganar muchas batallas en Bruselas", apuntó el presidente del CNC.

Los datos de la envidia

Hasta aquí la gestación de una alianza que promete y seguro que sumará más miembros europeos en los próximos meses. Después, llegó el momento de la frustración y la envidia que, una vez más, se apoderó de los profesionales españoles presentes en las jornadas tras escuchar lo conseguido por sus colegas franceses en cuestiones regulatorias, mientras que aquí todavía no hemos sido capaces de aprobar una nueva Ley del Cine, prevista para el año pasado.

Pues bien, Francia ha implementado desde hace tres años una ambiciosa regulación sobre las plataformas de vídeo bajo demanda, con el objetivo de mitigar el impacto de estos nuevos actores, en su mayoría no europeos. Y en ese marco jurídico que regula los Servicios de Comunicación Audiovisual a Demanda (SMAD), a partir de la directiva europea, ha conseguido condiciones que son un sueño para los productores españoles.

La reciente normativa francesa ha conseguido que las plataformas online estén obligadas a invertir en producción francesa un 20 por ciento de su negocio e incluso ese porcentaje se va hasta el 25 por ciento si se recorta a menos de nueve meses la ventana en cines, tal y como ha solicitado Disney+. Después, los derechos de las IPs regresan a los productores

franceses. Sí han leído bien, la IP vuelve a ser propiedad de los productores audiovisuales franceses después de 72 meses de ventana máxima, de los que 36 son en exclusiva.

En los tres años que la normativa está activa se han beneficiado unos 70 productores franceses y el presupuesto medio las películas francesas financiadas por las plataformas es de 8,7 millones de euros, frente a los 4,5 millones de euros la película media francesa convencional. El 83 por ciento de las películas francesas cuentan actualmente con el apoyo de un operador de televisión o una plataforma. En el caso de las plataformas, el 58 por ciento de los filmes franceses está cofinanciado por un servicio de streaming.

La contribución de las plataformas de streaming en Francia durante el periodo 2021-2023 fue de 866 millones de euros, por parte de Disney+, Netflix y Prime Video y ahora esa lista de plataformas es mucho más larga. En 2021 invirtieron estos servicios de streaming en producción audiovisual un total de 162 millones de euros en Francia, de los cuales 26 millones fueron para producción cinematográfica y el resto para otras producciones audiovisuales. En 2022 fueron 342 los millones de euros invertidos, 58 para películas, y en 2023, la cifra se fue 363 millones de euros, los cuales 79 millones fueron para el cine. Mientras que en 2021, el 62 por ciento de los títulos producidos se hicieron como un mero service por parte de los productores franceses (producción ejecutiva), en 2023 ese porcentaje bajo al 44 por ciento, lo que significa que ya el 56 por ciento de los filmes los levantaron ya en calidad de productores delegados.

La inversión de las plataformas de streaming en 2024 y en 2025 ha crecido significativamente, con la entrada de nuevos actores como Apple TV+, Crunchyroll y Paramount+. Entre los siguientes objetivos que se plantea el sector está lograr una mayor transparencia en los datos de las plataformas e incrementar la cuota de mercado, pasando de un 30 a un 50 por ciento para estos contenidos europeos.

Cécile Lacoue, directora de estudios del CNC, fue la encargada de desgranar el acuerdo entre los productores y las plataformas de streaming en Francia, un acuerdo que a su juicio debería incorporarse, al menos algunos puntos, a la normativa de la UE: “Nos gustaría que la regulación francesa que devuelve al IP a los productores después de 72 meses se incorporase a la normativa europea”, apuntó.



Posteriormente, en la mesa redonda moderada por la cofundadora de Audiovisual451, Irene Jiménez, se compararon las normativas específicas francesa y española, labor encomendada a Mabel Klimt, abogada y socia del despacho Elzaburu. Participaron en el debate Jérémie Kessler, director de Asuntos Europeos e Internacionales del CNC; Iris Bucher, productora Quad Drama, además de presidenta de la Unión Sindical de los Productores Audiovisuales de Francia (USPA), y José Velasco, productor y presidente ejecutivo del Grupo iZen.

Kessler reveló que en un principio se planteó un porcentaje de inversión en producción francesa por parte de los servicios de streaming del 30 por ciento, pero que finalmente la cuota quedó fijada en un 20 por ciento. La productora Iris Bucher afirmó estar muy contenta con el acuerdo: "Lo que hemos obtenido es excepcional, hemos creado un círculo virtuoso y hemos logrado que los streamers participen en el mercado audiovisual francés. Ahora somos sus socios", declaró. También puso el acento en la clave del acuerdo, la envidia de todos: "Es fundamental que las IPs se queden en casa, es la manera que tenemos de rentabilizar nuestras obras después de 72 meses, lo que nos permite conseguir de nuevo financiación para volver a invertir en el desarrollo de nuevas obras", señaló.

Y la presidenta de la Unión Sindical de Productores animó a sus colegas españoles a abrir este debate con las plataformas: "Veo posible que España consiga algo similar a lo logrado en Francia", afirmó, aunque la realidad es que en el auditorio ya no quedaba ninguna autoridad española

que pudiera tomar nota, junto a los productores nacionales que sí estaban presentes.

Por su parte, José Velasco felicitó a la delegación francesa por convertir a Francia en el primer actor europeo en producción audiovisual, mientras que en su opinión en España la situación no es ni mucho menos tan favorable: "Aquí no es un buen momento para ser productor, contra lo que pueda parecer. Se ha creado mucho empleo pero nos hemos convertido en 'services'», manifestó. Otro de los debates giró alrededor de la definición de lo que es un productor independiente, con al menos dos definiciones un tanto contradictorias en España y con las cosas más claras también en el país vecino. Bucher fue clara al respecto: "un productor independiente es que tiene la capacidad de retener la IP". Pues de ser así, queda claro que en España la cosa se complica mucho.

La siguiente mesa, moderada en esta ocasión por Fabia Buenaventura, Directora General de PATE (Asociación de Productores Independientes), se centró precisamente en la protección de la propiedad intelectual de las obras. Intervinieron de nuevo Gaëtan Bruel e Iris Bucher, esta vez junto a Luis A. Albornoz, catedrático de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) y Alfonso Blanco, productor y director general de la productora Portocabo.

La directora general de PATE puso en contexto la situación de España, con datos tan impactantes como que más de 200 títulos españoles están en las plataformas en todo el mundo y que España está en el 'Top 5' mundial de contenidos de estos servicios de pago. Tanto es así, que los contenidos españoles han generado 5.100 millones de dólares en plataformas a nivel mundial, pero esta cifra no se contempla como exportación porque los productores españoles no retienen las IPs. "Vamos camino de convertirnos en una granja de 'services'", aseguró Buenaventura, coincidiendo plenamente con el planteamiento de José Velasco.

Por otro lado, Luis A. Albornoz también denunció la opacidad de los servicios de streaming: "Estamos a ciegas para la investigación", apostilló. En sus estudios no les queda otra que trabajar con los catálogos de las plataformas y entre otros datos aportó que en 2022 había 1.061 contenidos españoles en los streamers y en 2025 esa cifra supera ya las 1.800 obras, de las que el 21 por ciento son coproducciones. En el periodo 2015-2024 los seis servicios de streaming principales se han involucrado en 407 obras españolas, que representan 1.864 horas. «Netflix y Prime vídeo concentran el 85,3 por ciento de los títulos españoles», indicó Albornoz.

El productor Alfonso Blanco "Fosco" comentó que su compañía ha sido una de las que más IP ha retenido en España con una única receta: "yendo por una línea diferente al de los Originales y asumiendo más riesgo". Además, instó a que se pongan en marcha ayudas directas para la producción audiovisual más allá del cine y denunció que la legislación actual no ayudase en absoluto a retener la IP de las producciones. Por su parte, el presidente del CNC abogó por mantener un equilibrio beneficioso para todas las partes implicadas: "No estamos en contra de las plataformas pero tiene que haber un cierto equilibrio. La cultura también es economía y soberanía. Es necesario que se respete el valor artístico", concluyó. Bruel.

La situación de la exhibición en Francia, otro sueño para los exhibidores españoles

Las dos siguientes jornadas se desarrollaron en el Círculo de Bellas Artes de Madrid. El jueves 5 de junio fue el momento de analizar la situación de los cines independientes en España y Francia. Si las condiciones del mercado de la producción audiovisual está a años luz en Francia, qué decir del sector de exhibición cinematográfica. En 2024, Francia contaba con 2.052 cines que albergaban un total de 6.354 pantallas. 1.112 son cines con una única pantalla, 639 cuentan con entre 2 y 7 salas y 252 son multiplexes con más de siete pantallas. Cabe señalar también la particularidad que los más de 2.000 cines contabilizados en Francia el año pasado, 116 eran cines itinerantes que llegaban a más de 2.800 poblaciones sin salas fijas. Además, siete circuitos de exhibición congregan actualmente el 40 por ciento de las salas.

Es un hecho que en Francia, la recuperación de las cifras previas a la pandemia está más cerca que en España. En 2019, Francia registró 213,2 millones de espectadores cinematográficos, en 2023 ya las entradas vendidas fueron 180,3 millones y los datos de espectadores en 2024 se fueron hasta 181,3 millones. El 57 por ciento de los espectadores se concentró en los complejos de más de ocho pantallas.

El cine francés cautivó el año pasado a casi 80 millones de espectadores y su cuota de mercado fue del 44,8 por ciento. Las películas norteamericanas contabilizaron 64,5 millones de espectadores y en el caso del cine europeo, se quedó con 17,4 millones de entradas vendidas en Francia. Los franceses acuden a los cines una media de 2,73 veces por habitante al año y un total de 22 títulos superaron el millón y medio de espectadores.

Catherine Verliac, directora adjunta de CNC, fue la encargada de exponer estos datos del mercado cinematográfico francés junto a las ayudas públicas que reciben las salas. El 10 por ciento de cada entrada es un impuesto. El año pasado 144 millones de euros se reinvirtieron para la modernización y digitalización de las salas. Además, existen otras ayudas para pequeñas salas, con un importe total de 7,5 millones de euros. Un total de 28 cines se repartieron esa cantidad.

También cabe señalar un fondo de medio millón de euros dirigido exclusivamente a los cines itinerantes, para generación de nuevos empleos. Y el CNC cuenta con otra ayuda destinada a salas de cine de arte y ensayo, con el objetivo de impulsar la diversidad de su programación, cuyo importe asciende a 19,7 millones de euros.

Tras escuchar los datos de la exhibición en Francia, Álvaro Postigo, presidente de la Federación de Cines de España, no pudo más que exclamar que esta situación podía ser exportable a España pero "me parece un sueño". Postigo criticó abiertamente al gobierno español actual al que ve falto de sensibilidad con el sector: "No podemos estar a favor de una nueva Ley del Cine donde el 90 por ciento de las sanciones van dirigidas a la exhibición". También denunció que el gobierno fue incapaz de ejecutar los 14,5 millones de euros de las ayudas a la exhibición y otro de los reproches es que todavía no se ha puesto en marcha la nueva edición del programa de 'Cine Senior', que cuenta en para el periodo 2025-2026 con una dotación de 8,5 millones de euros.

Actualmente, más del 40 por ciento de la taquilla en España está controlado por dos circuitos con capital extranjero: Yelmo Cine (Cineapolis) y Cinesa (Odeon Cinemas). El presidente de FECE también criticó la no regulación de la ventana de exhibición y los altos porcentajes que cobran los distribuidores a los cines, que alcanzan hasta el 60 por ciento: "Nosotros creemos en la diversidad del cine, pero eso hay que protegerlo con una ventana para la exhibición y regulación del mercado", añadió Postigo.

Otra reivindicación del sector de exhibición español más allá de una ventana exclusiva de 100 días para las películas fue la solicitud de transparencia para toda la cadena de valor de las películas, con el objetivo de que se ofrezcan todos los datos de explotación de los filmes, más allá de la taquilla. También abogaron por eliminación de las sanciones, por la puesta en marcha de un programa de fomento de la diversidad y por desterrar la competencia desleal de las administraciones públicas. Sus reivindicaciones incluyen beneficiarse de incentivos fiscales como ocurre en el sector de producción, además de ayudas a la inversión y programas formativos para los nuevos espectadores del futuro.



Durante la segunda jornada de los encuentros profesionales 'Unidos para defender el modelo de financiación del audiovisual europeo' se presentó la herramienta OZZAK, una iniciativa privada que nace con la intención de llenar las salas con promociones puntuales a través del precio de la entrada. En definitiva, se trata de una aplicación que utiliza la tarifa de las entradas para atraer más espectadores. Mediante esta herramienta, que ya funciona en Francia y quiere abrirse camino en España, los exhibidores pueden decidir a qué precio ponen determinadas localidades, en sesiones concretas y los días de la semana deseados: "ellos controlan absolutamente lo que quieren hacer y cuándo, con aquellas butacas que quieren bonificar", explican los responsables de OZZAK (ozzak.fr). Con esta sencilla app han conseguido incrementar la asistencia un 65 por ciento y un 20 por ciento se trata de nuevos espectadores.

En la última sesión, celebrada en la mañana del viernes 6 de junio también en el Círculo de Bellas Artes, participaron representantes de asociaciones e iniciativas formativas francesas y españolas creadas con el objetivo es formar a una nueva generación de espectadores.

Entre ellas participaron especialistas en formación de nuevas audiencias, alfabetización audiovisual e impulsores de programas educativos sobre el audiovisual como Helena Fernández, directora de Las Espigadoras e impulsora de la iniciativa Aulafilm; Alfonso Benegas, presidente de EZAE, la Asociación de Salas de Cine de Euskadi; Guillaume Bachy, presidente de l'AFCAE; Créteil Delphine Lizot, delegada general del Archipel des Luciole; Aurélie Delage, Vicepresidenta de la Federación nacional de los Cines Franceses; Mireya Martínez, del proyecto de la ECAM: Orbita Cine; Laïa Colell, cofundadora de A Bao A Qu – Cinema en curs ; Pauline Chasseriau, directora del departamento regional del cine en las aulas o Goizeder Urtasun, representante de la iniciativa Barraca de cine.

VARIETY

Jun 11, 2025 11:45pm PT

Spain's Secuoya Studios Enters France with 'No Second Chance' Producer Sydney Gallonde (EXCLUSIVE)

Secuoya Studios has signed a multi-year first look deal with Sydney Gallonde, the French producer of "No Second Chance" and "Just One Look."

By **Elsa Keslassy**



Secuoya Studios, the Madrid-based film and TV studio behind "Shades" and "Arcadia," is set to enter France through a multi-year production and development deal with Sydney Gallonde, the indie French producer of Harlan Coben's hit series "No Second Chance" and "Just One Look."

Under this new deal, Gallonde will grant Secuoya Studios first-look rights to his upcoming premium projects telling French stories and narratives aimed at the global market. Aside from Coben's series, Gallonde also worked on "French Riviera," the series adapted from Guillaume Musso's bestseller, and has collaborated with MGM, Amazon, and NBCUniversal, among others.

Beyond literary adaptations, Sydney also produced socially driven projects, such as “Le Colosse aux pieds d’argile” starring Éric Cantona, which won the Golden Nymph for Best Film at the Monte Carlo TV Festival, among others.

This new production deal with Gallonde is part of Secuoya Studios’s plan to produce 30% ofits content in languages other than Spanish and generate revenues from international titles.

Earlier this year, the company made its first foray into the U.K. market through a first-look development and production partnership with London-based BlackBox Multimedia.

“The French market, with its strong creative identity and international influence, is a strategic priority for us as we expand across Europe. It is a pleasure to join forces with Sydney Gallonde to bring to life original and exciting stories in French, with the potential to connect with global audiences,” said Brendan Fitzgerald, Secuoya Studios CEO.

“His deep French and international experience give us an essential global perspective to enrich our projects,” Fitzgerald continued.

Gallonde, who is a self-starter and has a strong track record in scripted series, said he’s convinced that “French narratives now have a truly universal reach.”

“This partnership with Secuoya Studios allows me to open wider doors to the international market, without ever compromising the emotional and cultural depth of our stories,” continued Gallonde, adding he strives “to create content that resonates across cultures, highlights underrepresented voices, and sparks meaningful conversations.”

Secuoya Studios se asocia con Sydney Gallonde para expandirse en Francia



Brendan Fitzgerald y Sydney Gallonde

El estudio español Secuoya Studios firmó un acuerdo de desarrollo de producción con el productor y creativo Sydney Gallonde (‘No Second Chance’, ‘Le colosse aux pieds d’argile’) para crear historias francesas con alcance global.

Fruto de la alianza, Secuoya Studios tendrá una primera opción sobre los próximos proyectos de Gallonde que, según detallan, van desde series dramáticas premium y thrillers centrados en personajes hasta historias reales con conciencia social.

El productor detalló que juntos buscarán crear contenidos “que resuenen entre culturas, den voz a quienes están subrepresentados y generen conversaciones significativas”.

El movimiento forma parte la estrategia de expansión internacional de Secuoya Studios anunciada por su CEO Brendan Fitzgerald en octubre pasado, que prevé la creación de “pods” de desarrollo en distintos territorios clave, así como producir un 30% de sus contenidos en idiomas distintos al español.

Este primer acuerdo de producción en Francia se suma a los ya anunciados con Juan Carballo, Mónica Aguirre y Sergio Cánovas, y con la británica BlackBox Multimedia.

Gallonde ha colaborado con compañías como MGM, Amazon y NBCUniversal, y es reconocido por sus adaptaciones de 'No Second Chance' y 'Just One Look' de Harlan Coben, así como por obras de Guillaume Musso.

Su trabajo tiene un fuerte foco en proyectos con componentes sociales, tales como 'Le colosse aux pieds d'argile', protagonizada por Éric Cantona y galardonada a nivel internacional en certámenes como el Festival de Televisión de Montecarlo, el Festival de Luchon y los C21 International Drama Awards.

"El mercado francés, con su fuerte identidad creativa e influencia internacional, es una prioridad estratégica para nosotros en nuestra expansión por Europa. Es un placer unir fuerzas con Sydney Gallonde para dar vida a historias originales y emocionantes en francés, con el potencial de conectar con audiencias globales. Su profunda experiencia tanto en el ámbito francés como internacional nos aporta una perspectiva global esencial para enriquecer nuestros proyectos", dijo Fitzgerald.

"Estoy convencido de que las narrativas francesas tienen hoy un verdadero alcance universal. Esta asociación con Secuoya Studios nos permite abrir aún más las puertas del mercado internacional, sin comprometer nunca la profundidad emocional y cultural de nuestras historias", comentó Gallonde.

Pina Mezzera

12-06-2025

©cveintiuno

FRANCIA | PRODUCCIÓN

Secuoya Studios anuncia su primer acuerdo de desarrollo de producción en Francia

12/06/2025 Por ttvnews



Secuoya Studios

Sydney Gallonde y Secuoya Studios, referente del sector audiovisual en España, firman una alianza para impulsar las historias francesas a nivel internacional.

El productor y creativo Sydney Gallonde y Secuoya Studios, referente español en creación, producción, postproducción y distribución de contenidos, anunciaron hoy un acuerdo de desarrollo de producción, con el objetivo de generar historias y narrativas francesas para el mercado global.

Este acuerdo marca la primera iniciativa de desarrollo de Secuoya Studios en Francia, reforzando su compromiso con la expansión en territorios clave de Europa. Gracias a esta alianza, el estudio español refuerza su ya anunciada estrategia de expansión internacional mediante alianzas estratégicas con productores y actores clave de la industria europea.

El acuerdo también subraya el compromiso de Gallonde con la difusión global de la narrativa francesa, impulsado por su convicción de que «lo local es global».

«El mercado francés, con su fuerte identidad creativa e influencia internacional, es una prioridad estratégica para nosotros en nuestra expansión por Europa. Es un placer unir fuerzas con Sydney Gallonde para dar vida a historias originales y emocionantes en francés, con el potencial de conectar con audiencias globales. Su profunda experiencia tanto en el ámbito francés como internacional nos aporta una perspectiva global esencial para enriquecer nuestros proyectos», afirmó Brendan Fitzgerald, CEO de Secuoya Studios.

Con este nuevo acuerdo, Secuoya Studios tendrá una primera opción sobre los próximos proyectos de Sydney, asegurando que sus conceptos innovadores, que van desde series dramáticas premium y thrillers centrados en personajes hasta historias reales con conciencia social, lleguen tanto a audiencias nacionales como globales.

«Estoy convencido de que las narrativas francesas tienen hoy un verdadero alcance universal. Esta asociación con Secuoya Studios nos permite abrir aún más las puertas del mercado internacional, sin comprometer nunca la profundidad emocional y cultural de nuestras historias», declaró Sydney Gallonde. «Queremos crear contenidos que resuenen entre culturas, den voz a quienes están subrepresentados y generen conversaciones significativas».

Reconocido por sus adaptaciones de No Second Chance y Just One Look de Harlan Coben, así como por obras de Guillaume Musso, Sydney ha impulsado de forma constante los límites de la narrativa audiovisual francesa. Sus colaboraciones con grandes actores de la industria —como MGM, Amazon y NBCUniversal— demuestran su capacidad para combinar una visión creativa con una ejecución estratégica.

Más allá de las adaptaciones literarias, Sydney también se enfoca en proyectos con un fuerte componente social, como lo demuestra Le Colosse aux pieds d'argile (protagonizada por Éric Cantona), galardonada en múltiples ocasiones tanto en Francia como a nivel internacional (incluyendo el Nymphe d'Or a la Mejor Película en el Festival de Televisión de Montecarlo, así como reconocimientos en el Festival de Luchon y los C21 Awards). Este éxito refleja su compromiso con visibilizar problemáticas sociales relevantes y dar voz a quienes suelen ser ignorados.

Este nuevo acuerdo de producción, que se suma a los ya anunciados el pasado otoño con Juan Carballo, Mónica Aguirre y Sergio Cánovas, y más recientemente con la productora británica BlackBox Multimedia, consolida el plan del estudio de producir un 30 % de sus contenidos en idiomas distintos al español. Esta propuesta no solo amplía las posibilidades de alcanzar audiencias internacionales, sino que también refuerza el compromiso de Secuoya con la expansión y la diversidad de contenidos.

REPORTAJES

Johanna Koljonen presenta el Nostradamus Report 2025 en ECAM Forum

junio 11, 2025 por Admin

ECAM Forum 2025 ha acogido esta mañana, 11 de junio, en la Cineteca de Madrid, la presentación del *Nostradamus Report 2025* de la mano de Johanna Koljonen, una radiografía crítica sobre el presente y el futuro próximo de la industria audiovisual europea y global. *Por Sara Rodríguez Martín*



La sesión ha estado conducida en formato telemático por su autora, Johanna Koljonen, analista cultural y consultora, en colaboración con el equipo del Festival de Cine de Göteborg.

El informe, comisionado anualmente por el Göteborg Film Festival desde 2013, se elabora a partir de investigación aplicada y entrevistas en profundidad con expertos internacionales del sector. Su objetivo no es tanto prever el futuro como preparar a la industria para enfrentarlo.

En palabras de la propia Koljonen, «el informe no es una llamada a la desesperación, sino una llamada al compromiso».

Bajo el título Reality/Resistance, la edición de 2025 plantea una tesis clara: la industria audiovisual no puede seguir «resistiendo la realidad» si pretende resistir sus consecuencias.

En su lugar, propone avanzar hacia una resistencia resiliente, estructural, estratégica y compartida. Koljonen ha advertido que los retos actuales —como el retroceso democrático, la crisis climática o la fragilidad económica— exigen nuevas formas de pensar, producir y conectar con los públicos.

«Nuestros entrevistados son realistas, pero también esperanzados y resilientes. Como muchas personas del sector, son increíblemente adaptables. Pero si queremos ofrecer resistencia, no podemos seguir mirando hacia otro lado», ha afirmado Koljonen.

De la hiperproducción a la sostenibilidad

La presentación se ha articulado en torno a los siete capítulos del informe, con especial énfasis en el colapso de los modelos tradicionales de desarrollo y distribución. «Estamos produciendo demasiado en relación con lo que realmente puede absorber el mercado y conectar con la audiencia«, ha señalado Koljonen.

«Nuestros métodos de desarrollo son anticuados, nuestros sistemas de evaluación están desalineados y nuestras ventanas de explotación no están optimizadas», ha añadido.

El informe propone modelos de desarrollo más adaptativos y transversales, que combinen desde el inicio el diseño artístico, el modelo de negocio y la estrategia de audiencia. «El desarrollo no es solo el guion: es también cómo vamos a llegar a la gente. Y eso empieza desde el primer día», ha remarcado.

Cultura, política y autodefensa

Otro eje clave ha sido el vínculo entre el audiovisual y los retrocesos democráticos en el mundo. «La destrucción de las democracias liberales ya no es una amenaza futura: está ocurriendo ahora mismo«, ha advertido Koljonen.

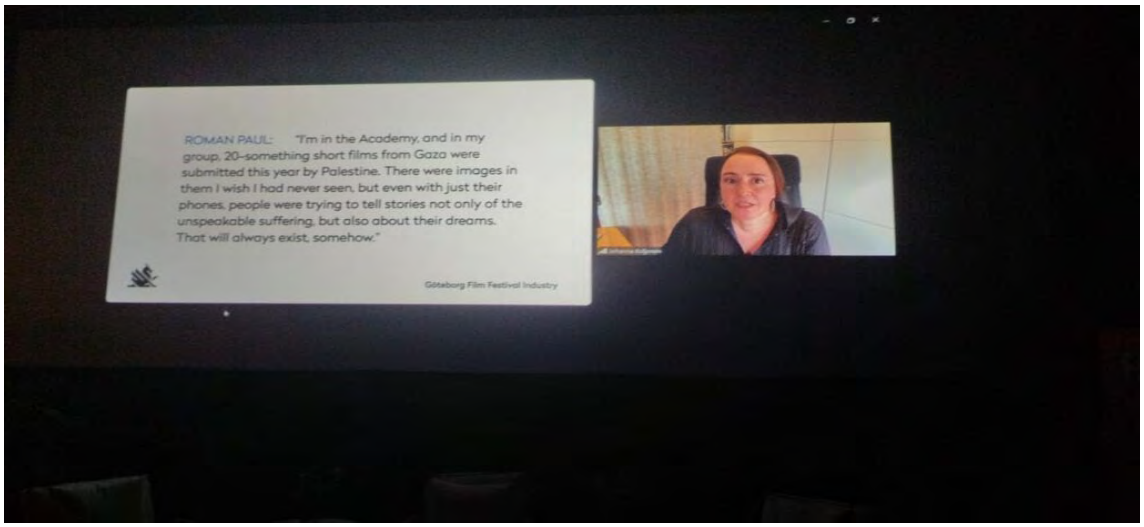
En este contexto, contar historias se convierte, le guste o no al sector, en un acto político. La autora ha subrayado la importancia de proteger la independencia editorial, evitar la autocensura y crear mecanismos de protección frente a campañas de odio.

«Contar historias significa definir la normalidad, los valores y lo que consideramos humano. Si no defendemos esa libertad, otros lo harán por nosotros», ha dicho.

Más allá de Hollywood: nuevas voces, nuevos públicos

Uno de los hallazgos más relevantes del informe es el debilitamiento del rol simbólico de Hollywood como centro cultural hegemónico. «El contenido estadounidense sigue dominando, pero ya no marca todas las reglas. Las nuevas generaciones han crecido con anime, K-dramas o telenovelas, y no sienten la necesidad de americanizarse», ha explicado Koljonen.

Esto abre oportunidades para el contenido europeo y no anglosajón en el mainstream global, siempre que esté vinculado a narrativas emocionales y culturalmente relevantes.



«Ya no se trata de competir con Hollywood en su propio juego, sino de contar historias desde donde estamos, para quienes nos rodean«, ha afirmado.

Volver al público: legitimidad y supervivencia

La relación con el público ha sido uno de los temas más insistentes de la charla.

Koljonen ha lamentado que muchas veces se conciba a la audiencia como un número a posteriori del estreno, y no como un interlocutor activo durante todo el proceso: “Si queremos que el público nos apoye, pague entradas y defienda el audiovisual como bien público, tenemos que tratarlo con respeto y construir relaciones reales”.

También ha llamado la atención sobre las oportunidades desaprovechadas que ofrecen los festivales como ventanas de visibilidad: “En muchos casos, una película de festival vende más entradas durante su recorrido por salas que en su estreno comercial, pero seguimos sin contar esa audiencia como parte del impacto real del proyecto”.



El Nostradamus Report 2025 ha llegado a ECAM Forum justo después de su presentación mundial en el Festival de Cannes.

A pesar del diagnóstico crítico, el informe termina con un mensaje optimista: hay motivos para la esperanza. Johanna Koljonen ha celebrado el momento artístico que vive el cine y las series, así como el impacto de la producción asequible y descentralizada.

“Hay un montón de cosas maravillosas que están funcionando. Lo difícil ya no es hacerlo: es aprender a conectar mejor con quienes lo necesitan”, ha concluido.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 44
AVE: 34769 €
ÁREA: 553 CM² - 72%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 36918
OTS: 506000
SECCIÓN: ESPECIAL

13 Junio, 2025



CINCO MOTIVOS PARA UNA 'MUERTE ANUNCIADA'

'La familia de la tele'. Un mes y siete días ha tardado la dirección de RTVE en tomar la decisión de acabar con el magacín de tarde que devolvió el 'universo Sálvame' a la televisión. Los desastrosos datos de audiencia y una grave crisis interna han precipitado un final que se vio venir hace semanas

Por ***Esther Mucientes*** *(Madrid)*

Cinco de mayo: *La familia de la tele* llega por todo lo alto a RTVE. 12 de junio: Televisión Española toma la decisión que se llevaba días barruntando. El magacín que devolvió el universo *Sálvame* a la televisión generalista tiene los días contados. A falta de que la dirección de la televisión pública y la productora del magacín –La Osa Producciones– acuerden cuál será el último día del programa y cómo se realizará el anuncio, el final está más que decidido. La «paciencia» que hace dos semanas reclamó el presidente de la Corporación, José Pablo López, se ha agotado. De hecho, se agotó a principios de esta semana, cuando *La familia de la tele* marcó su segundo peor dato de audiencia y fue superado por los documentales y el concurso *Saber y ganar*, de La 2.

Ésta fue la gota que colmó el vaso de un presidente que ha aguantado lo que pocos han soportado a un programa. *La familia de la tele* era una apuesta suya y del director general Sergio Calderón, y de ahí todos los intentos que durante semanas han llevado a cabo para salvar lo que agonizó prácticamente desde el primer día. ¿Cómo se gestó la decisión de preparar la cancelación? ¿Quién la tomó? ¿Por qué ahora y no hace semanas? No son pocas las razones que explican el fracaso de *La familia de la tele* y, por ende, también de RTVE.

LA DECISIÓN

El lunes pasado, cuando se pusieron en marcha los últimos cambios en el magacín –la cancelación del segundo tramo y el recorte de la duración del primero–, las audiencias activaron las alertas. Si este último intento no las levantaba, quedaba ya poco por hacer. Aun así, se esperó una semana más. Durante el fin de semana, el *run run* de una cancelación cercana creció con fuerza. El lunes hubo un respiro: *La familia de la tele* logró un 6,4% de cuota de pantalla, todavía por debajo del *share* de corte establecido por contrato (un 8%), pero una bomba de oxígeno para RTVE.

El martes cayó la gota que rebosó el vaso.

Por primera vez desde su estreno, al programa lo superó La 2. Es decir, La 1 quedó por detrás de la segunda cadena. Llegó el miércoles, y todo fue a peor: de nuevo ganaba La 2 y *La familia de la tele* marcaba mínimo de audiencia, un 5,4%. Ahora sí, la situación era insostenible.

EL DAÑO A LAS AUDIENCIAS

Desde la llegada de José Pablo López a la presidencia de RTVE la mejora en las audiencias de La 1 ha sido uno de sus mayores éxitos. Eurovisión, los eventos deportivos, *The Floor*, *Futuros imperfectos*, la mejora en audiencias de *Mañaneros* con la llegada de Javier Ruiz y la eliminación del corazón o el incremento de espectadores de *La hora de La 1* provocaron que en el mes de mayo la principal cadena de la Corporación cerrase con el mejor dato en ese mes en siete años. Obsesionado con las audiencias y muy pendiente de la parrilla, López sólo tenía un agujero en su programación: *La familia de la tele*. Desde su aterrizaje en TVE, el magacín sólo ha conseguido superar el 8% del *share* corte un día, y fue gracias a la polémica rueda de prensa de Melody.

Sin grandes eventos deportivos a corto plazo, a excepción del Tour , López no podía mantener un programa cuya audiencia estaba más de cinco puntos por debajo de la media de la cadena (10,7%). Tampoco podía dejar que esos malos datos afectasen, como sucedió las primeras semanas, a algunos de los pesos pesados de La 1 como son las series *Valle Salvaje* y *La Promesa* y el programa *Aquí la Tierra*.

LA CRISIS INTERNA

Cuando no se había cumplido ni siquiera una semana desde su estreno dentro de la casa, se produjo un cisma que se fue agrandando día a día. Primero fue el Consejo de Informativos de RTVE, uno de los organismos de mayor peso en la Corporación. Después, llegaron los sindicatos, que pusieron sobre la mesa la crisis reputacional que suponía para el Ente un programa como La familia de la tele. Tras ellos, más de una centena de ex profesionales de la casa pidieron su cancelación a través de un manifiesto firmado por todos ellos. A continuación, una petición en Change.org creada por Mujeres de RTVE solicitaba al presidente que pusiera fin al programa. Pero también llegaron los espectadores y las redes sociales. Y eso fue demasiado.

Los que amaban *Sálvame* y *Ni que fuéramos*, el programa de TEN donde el *universo Sálvame* se mantuvo tras su fin en Telecinco, querían un programa con la misma esencia. En La 1, era imposible. Los detractores cargaban con fuerza contra la presencia de *La familia de la tele* en la televisión pública y, en medio de todo ello, el público nunca encajó con el formato. Las curvas de audiencia eran la mejor demostración de que el rechazo al magacín era absoluto. Según terminaba *La Promesa*, la audiencia caída en picado hasta más de 10 puntos. No había salida. Eso no quiere decir que La Osa y RTVE no vayan a seguir trabajando juntas. El magacín no ha funcionado, pero López y Calderón confían en ellos para idear otros formatos.

La Corporación pública debe aún aclarar la fecha exacta del fin del programa



Los principales presentadores del magacín de La 1 'La familia de la tele'. RTVE

SIN DEFENSA

Aunque en la primera Comisión de control de RTVE en el Congreso de los Diputados después de la llegada de *La familia de la tele* el presidente de la Corporación Pública defendió con uñas y dientes el programa, aseguró que todavía creía podía funcionar y señaló «la presión de determinados medios de comunicación a los que les interesa que a la televisión pública le vaya mal», a los pocos días López se quedó sin argumentos para seguir defendiendo el formato. Ni audiencias, ni entretenimiento, ni diversión y, por tanto, tampoco servicio público.

NUNCA FUERON ELLOS

Aunque no creyeron que fuera a ser así, estar en RTVE no es estar en una cadena privada. Sin los contenidos de Telecinco y con la contención y calidad que se exige a una pública, *La familia de la tele* tuvo que poner puertas al campo. Sin su esencia nada fue lo esperado.

ABC

13 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 2,62
AVE: 14661 €
ÁREA: 160 CM² - 42%

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





'La familia de la tele' // RTVE

RTVE prepara el final de 'La familia de la tele'

▸ El formato tiene contrato hasta el 21 de julio, pero tras las malas audiencias podría acabar con la llegada del Tour

C. MOLLÁ
MADRID

'La familia de la tele' comenzó en la televisión pública con el objetivo de convertirse en un programa que acompaña a los espectadores en las tardes de La 1. Pero los espectadores decidieron poco a poco cambiar de canal. En el estreno cosecharon apenas un 9 por ciento, cifras muy por debajo de lo esperado por la Corporación. Ahora, después de casi dos meses de emisión, y tras un recorte que deja al programa en poco más de una hora en antena, se anotan poco más de un 5%. La cifra por si sola es mala; pero en contexto, es terrible, insostenible: el martes llegó a ser la sexta opción, superada incluso por La 2. Con esos datos, es la audiencia la que ha «cancelado» 'La familia de la tele', no la dirección de RTVE, con José Pablo López al frente, al que ya solo le queda determinar la fecha definitiva para enterrar el programa que fue su máxima apuesta.

Todo apunta a que esa fecha puede ser la primera semana de julio. El Tour de Francia, evento que supera históricamente las cifras que ahora marca 'La familia de la tele', echa a rodar el 5 de julio. La carrera ciclista dura tres semanas, y salta a La 1 a las 16.00 horas, al menos en sus etapas clave. Con ese panorama, es lógico que la Corporación plantee el fundido a negro de Belén Esteban e Inés Hernand aprovechando la ronda ciclista. Porque lo que se busca ahora en los despachos de RTVE es una alternativa a 'La familia de la tele'. Y el Tour de Francia les daría la excusa.

Falta de apoyo

Aguantarlo hasta la tercera semana de julio, como tenía firmado RTVE con la productora La Osa, parece hoy insostenible. Las bajas cifran hunden la reputación de la cadena, que no está acostumbrada a verse superada por La Sexta o Cuatro. Menos aún por La 2, la segunda cadena, que gracias a 'Malas lenguas', en algunos tramos, ha sido la número uno de RTVE. No se sabe aún la fecha en la que RTVE pondrá fin a 'La familia de la tele', lo único evidente es que el programa no puede seguir en La 1 con esos datos de audiencia tan paupérrimos. El destino está sellado y la aventura de los ex de 'Sálvame' en el «barrio» de Bellavista, en Prado del Rey, se terminará en unos días.

Además, 'La familia de la tele' nunca ha contado con un apoyo mayoritario en el seno de los trabajadores de RTVE. A través de los sindicatos y del Consejo de informativos denunciaron la llegada del formato a la cadena, cuestionando su calidad y contenido, incluyendo enviar a cubrir la elección del Papa al Vaticano con un tono frívolo.

LA VANGUARDIA

13 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 38
AVE: 11451 €
ÁREA: 120 CM² - 33%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52992
OTS: 361000
SECCIÓN: MEDIA



RTVE busca alternativas para 'La familia de la tele'

El programa registró el miércoles un nuevo mínimo histórico de audiencia, siendo superado incluso por La 2

FRANCESC PUIG
Barcelona

RTVE está valorando distintas medidas en relación con *La familia de la tele* y su continuidad en las tardes de La 1 ante los pobres resultados de audiencia cosechados por el programa. "No hemos tomado la decisión aún y estamos valorando", señalaron ayer fuentes de la corporación pública a *La Vanguardia*.

Según esas fuentes, se descartaba una retirada del programa inmediata, pero todo apunta a que la dirección de RTVE ya ha tomado la decisión de que el espacio será cancelado y solo está pendiente de cuándo y cómo anuncia la medida. Desde La OSA Producciones, responsable del programa, aseguraron a este diario que no habían recibido ninguna confirmación oficial al respecto.

En un jueves lleno de rumores, el programa no se emitió ayer en su horario habitual debido a que la dimisión de Santos Cerdán de todos sus cargos en el PSOE motivó un especial informativo en La 1. Por ello, no hubo oportunidad para que los presentadores y colaboradores ofrecieran más información o compartieran su opinión sobre esta posible cancelación.

Una de las opciones que RTVE estaría considerando, según apuntan medios como *Informalia* citando otras fuentes internas de RTVE, es que el programa desaparezca coincidiendo con el inicio del Tour de Francia, lo que permitiría diluir la percepción de fracaso. Sin embargo, las mismas fuentes reconocen que "eso implicaría sostener durante algo más de un mes una situación que es insostenible", ya que el espacio "está arrastrando a todo el canal" y ha generado una "crisis reputacional". Esta situación, añaden, opaca los buenos resultados de otros formatos como *La hora de La 1*, *Mañaneros 360* o incluso *Malas lenguas*, el programa de Jesús Cintora en La 2, también coproducido por La Osa.



RTVE

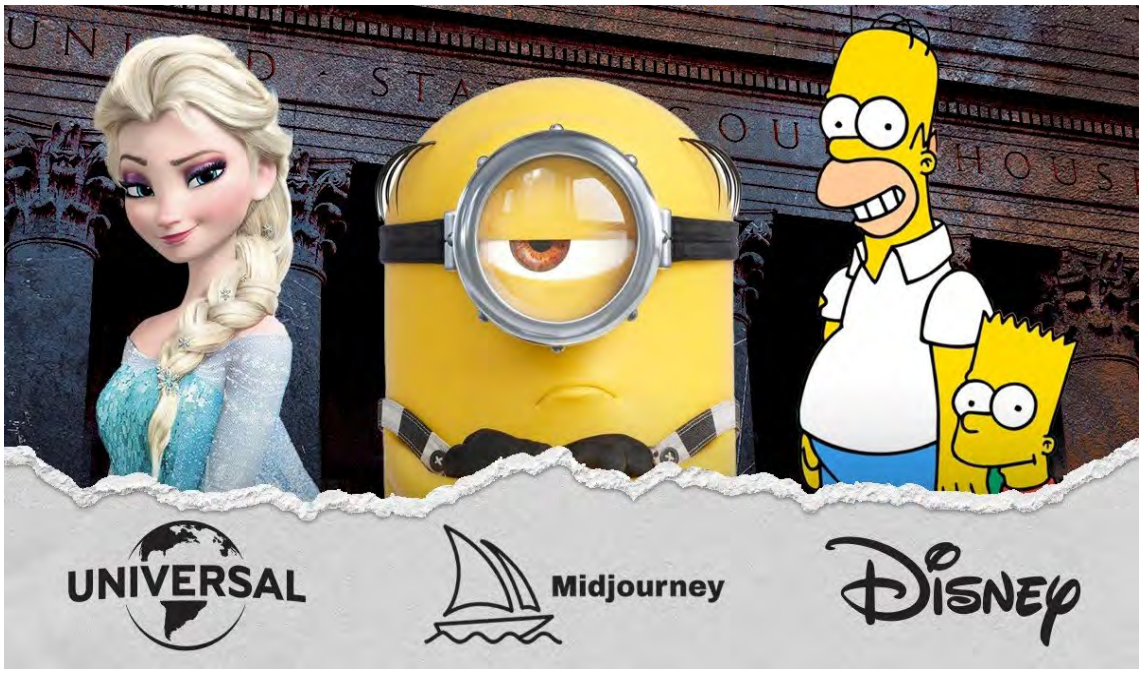
Inés Hernand, María Patiño, Aitor Albizua y Belén Esteban

La presión aumentó ayer por la mañana tras conocerse los datos de audiencia del miércoles, que marcaron un nuevo mínimo histórico: un 5,4% de cuota de pantalla y una media de 450.000 espectadores, que situaron al programa en la última posición de su franja horaria entre las grandes cadenas en abierto, superado por Antena 3, Telecinco, La Sexta, Cuatro e incluso La 2.

La familia de la tele no ha logrado remontar pese a numerosos cambios, promociones, reorganizaciones y otros intentos impulsados por el equipo encabezado por José Pablo López, presidente de RTVE, uno de los principales defensores del proyecto.

Junto a Sergio Calderón, director de TVE, López apostó por trasladar a la televisión pública el espíritu del universo *Sálvame*, cancelado por Mediaset tras 14 años de éxito. Sin embargo, los datos de audiencia reflejan un creciente rechazo por parte del público de TVE.

La familia de la tele se estrenó en La 1 el 5 de mayo del 2025, tras varios intentos fallidos debido a imprevistos como el fallecimiento del papa Francisco o el apagón masivo que afectó a buena parte de España. Presentado por María Patiño, Aitor Albizua e Inés Hernand, con la colaboración especial de Belén Esteban, el espacio no ha logrado conectar con la audiencia y desde el 30 de mayo su emisión se ha reducido a de 15.50 h a 17 h.●



"Frozen," "Despicable Me" and "The Simpsons" (Christopher Smith for TheWrap)

PRO

Hollywood Studios' First Lawsuit on AI Sends a Warning to Tech Giants: 'Piracy Is Piracy'

Disney and Universal's copyright lawsuit against Midjourney could set the stage for Hollywood's relationship with the new tech

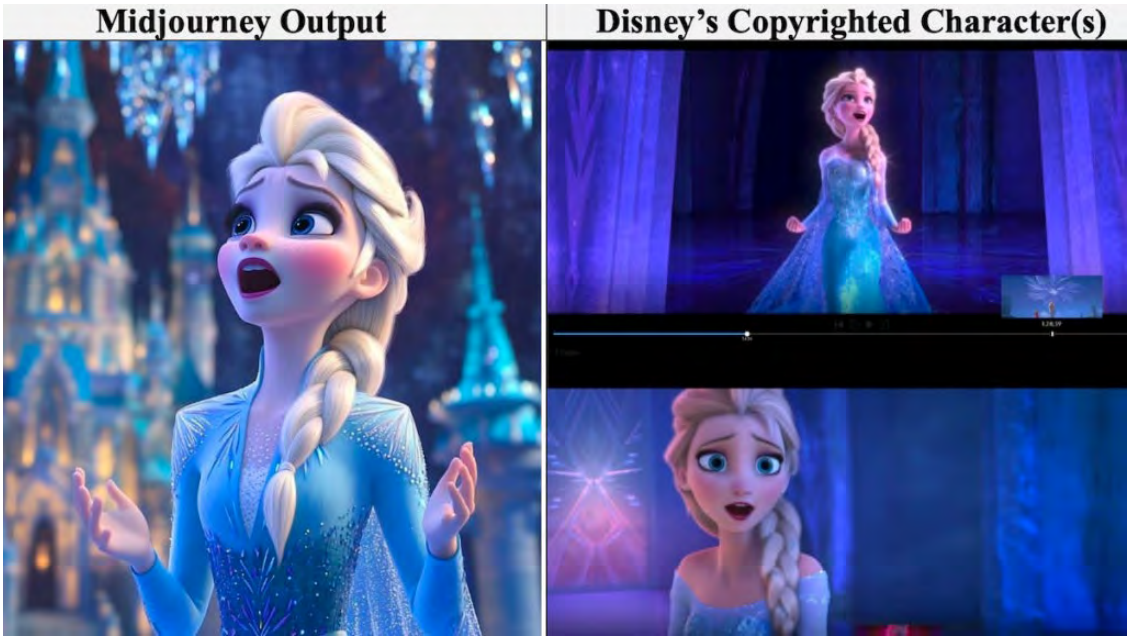
Sean Burch and Jeremy Fuster June 12, 2025 @ 6:00 AM

It seemed like only a matter of time before Hollywood's studios fired their own legal salvo in the battle over IP protection in a time of technological upheaval, and on Wednesday they did. Disney and Universal sued Midjourney, the company behind one of the most popular generative AI software programs used today, for copyright infringement.

The 143-page lawsuit is filled with dozens of pictures comparing screenshots of popular films and TV shows, ranging from “Frozen” and “Kung Fu Panda” to “Deadpool” and “Star Wars,” to Midjourney-generated AI images of characters from those franchises.

“By helping itself to Plaintiffs’ copyrighted works […] Midjourney is the quintessential copyright free-rider and a bottomless pit of plagiarism,” Disney and NBCU said in the lawsuit. “Piracy is piracy, and whether an infringing image or video is made with AI or another technology does not make it any less infringing. Midjourney’s conduct […] threatens to upend the bedrock incentives of U.S. copyright law.”

Representatives for Midjourney did not respond to multiple requests for comment from TheWrap.



The Disney-Universal lawsuit included pictures of Midjourney’s model that it said are identical to characters like Elsa from “Frozen” (Images courtesy of Disney’s lawsuit against Midjourney)

The new lawsuit shows that even as companies like Disney look for ways that it can embrace AI, they share similar concerns about its abuse with the artists who create the work that lies at the foundation of their profits. Legal experts tell TheWrap that Disney and Universal’s move signals a new era in the already-uneasy relationship between Hollywood and AI companies, and it will likely set the ground rules for how the two sides work together — if that is possible — moving forward.

“There is a clear path forward through partnerships that both further AI innovation and foster human artistry. Unfortunately, some bad actors – like Midjourney – see only a zero-sum, winner-take-all game,” RIAA chairman/CEO Mitch Glazier said in a statement.

Bryn Mooser, the head of Asteria, a generative AI film studio that says it is "powered by the first clean and ethical AI model," told TheWrap he sides with Disney and Universal after reading the lawsuit.

"There's no question to me that the studios are right," the Emmy-winning filmmaker said. "Disney and Universal are absolutely right to be demanding that AI models have consent."

Midjourney is a San Francisco-based AI company founded in 2021. The company offers a text-to-image tool, similar to other AI companies, that allows users to create images based on what they type into its prompt. Midjourney had $300 million in sales last year, according to the Disney-Universal lawsuit, which is driven by user subscriptions. That makes it relatively small compared to other AI companies like OpenAI, the parent company of ChatGPT, which hit $10 billion in annual recurring revenue, CNBC reported this week.

The lawsuit claims Midjourney has committed "countless" copyright violations against Disney and Universal. The studios are "entitled to damages and Midjourney's profits in an amount according to proof," the lawsuit said, as well as statutory damages up to $150,000 per infringed work. Disney and Universal's filing listed 199 titles that the studios claim had been infringed upon, which would equal $29.9 million in statutory damages.

"Midjourney's large-scale infringement is systemic, ongoing and willful," the lawsuit claimed. "And plaintiffs have been, and continue to be, substantially and irreparably harmed by it."

So why target Midjourney in the lawsuit? While it's not as big as ChatGPT, image-generating software like Midjourney is a particular thorn in Hollywood's side. That has been the case even as studios have begun researching ways to use AI to make their production processes and business practices more efficient, as Disney did when it established a new Office of Technology Enablement last November to oversee those efforts.

As the lawsuit notes, Midjourney has more than 21 million users that have generated images using the AI software based on copyrighted material. The lawsuit also accuses Midjourney of training its developing image-to-video software on copyrighted material, as well as its upcoming text-to-video model. While not yet capable of producing video at feature-quality 4K resolution, AI experts have told TheWrap that they predict, at its current rate of development, that generative AI software will be capable of creating consistent, 2K-resolution video by the end of the year.

If Midjourney is capable of producing mass quantities of artwork of copyrighted characters that are consistent with the art style of the actual films and TV shows they come from, a future where anyone can produce fake clips of "The Simpsons" or "Shrek" with a few prompts and clicks is the last thing studios want.

The court battle and the fallout

Lily Li, a tech-focused attorney for Metaverse Law in Newport Beach, California, said the Disney and Universal lawsuit falls in a legal "gray area" that will come down to two key factors:

1. **How "transformative" Midjourney's AI-generated content is.** In other words, does its text-to-image generator create characters that are too similar in appearance to Disney and Universal characters without consent? The studios, in their lawsuit, argued that is the case, saying Midjourney "blatantly" ripped off characters like Homer Simpson and Elsa from "Frozen," among many others.
2. **How was the content that Midjourney used for its model obtained?** If Midjourney scraped Disney and Universal content that was behind a paywall and/or without consent from the studios, that could be another major problem for the AI company, Li said. Midjourney, according to the lawsuit, "never sought any copyright content holders' consent to copy and exploit their works."

Attorney Dustin Taylor, an IP expert with Husch Blackwell, told TheWrap he agreed with Li the "transformative" nature of the AI-generated content will be a critical point — and he said the pictures Disney and Universal included in their lawsuit to back up that claim are fairly damning: "The similarity is so strong there."

How will the lawsuit shake out? Both Li and Taylor said that will ultimately come down to what a courtroom decides on the two points above. The "cutting edge" nature of the case makes it difficult to predict how it will be resolved, Taylor said. But in the near term, Taylor said Disney and Universal's lawsuit has a "good chance to move past" a likely attempt to dismiss the case from Midjourney, based largely on the strength of its photo examples.

And Li said this case will likely spur a wave of similar lawsuits, akin to how The New York Times' copyright infringement lawsuit against OpenAI in late 2023 has led to copycat lawsuits since.

"Studios are more likely to take action in the future" against AI companies using their content, Li said. Why? Because if their material is used to create AI-generated content that promotes "harmful conduct," they could be sued. One example: Characters.ai is being sued in Florida because its model encouraged a 14-year-old boy to kill himself,

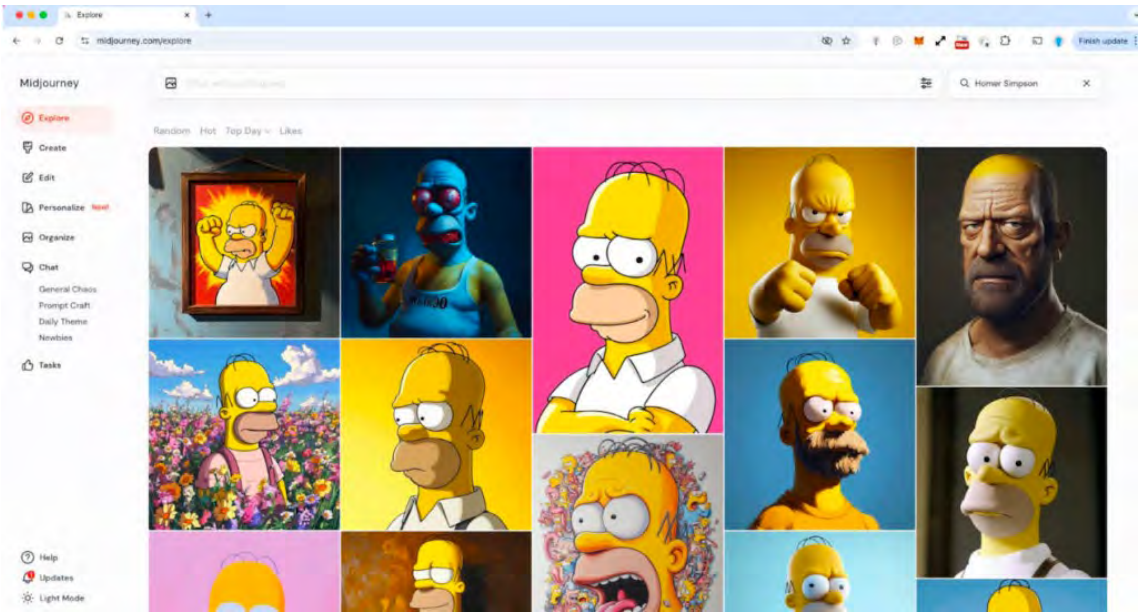
according to a lawsuit filed by the boy's mother. Studios will not want to see AI-generated characters that were inspired by their content, without consent, being tied to similar tragedies, Li explained.

"If I were an attorney for these studios, I'd go, 'Wait a second, now there is potential liability that we have, because one of our characters is being used by an AI company to create harmful content,'" Li said.

News of this lawsuit will be welcomed by Hollywood's artists. The Writers Guild of America openly called on studios to take action this past December, citing a story in The Atlantic that revealed that a data set used by Apple, Meta, Nvidia and other top tech companies to train their AI contained the full scripts of thousands of films and television shows, showing that the spread of copyrighted material in generative AI output was farther than previously confirmed.

"It's time for the studios to come off the sidelines. After this industry has spent decades fighting piracy, it cannot stand idly by while tech companies steal full libraries of content for their own financial gain," WGA wrote.

ChatGPT and other large AI models like Claude and X's Grok were not referenced in Wednesday's lawsuit, though. Disney and Universal said they sued Midjourney because it has been so brazen in its unapproved lifting of their content. The lawsuit included a screenshot of Midjourney's website showcasing how its model created images remarkably similar to Homer Simpson as one clear example of its "disdain" for copyright laws.



A screenshot of Midjourney's website showing off its illegal copyright infringement, according to the lawsuit.

AI in Hollywood

As the lawsuit unfolds, the adoption of AI in the entertainment industry is still moving forward. Along with Bryn Mooser's Asteria, there are other independent studios like Toonstar, creator of the YouTube cartoon series "StEvEn & Parker," which uses AI throughout its production process. Toonstar uses a bespoke AI engine for each of its productions based on data sets from art created by human artists expressly for the project and with full compensation and consent.

"We've worked with a lot of creatives and storytellers, and we are interested in creating new franchises. That means these shows need to be copyrightable, and that means they can't use copyrighted material," co-founder and CEO John Attanasio said.

A big test of whether their efforts to adhere to copyright were fruitful came when Random House approached Toonstar for a series of graphic novels based on "StEvEn & Parker," which required the company's legal team to review the show to make sure it didn't violate any copyrights.

"There's probably no business that cares more about copyright than publishing, so to be able to clear that process shows that what we are doing is compliant," he said.

There's a long history of cases of new technology running afoul of copyright law, and the entertainment industry has turned to the courts for protection time and again. In late 1999, A&M Records sued Napster for pirating its music, which was followed by a larger suit by the industry's trade group RIAA.

However the lawsuit turns out, Mooser said this is a legal battle that needed to happen sooner than later, as companies like OpenAI lobby for looser copyright restrictions in order to make it easier to train their models — and stay ahead of foreign adversaries like China. Mooser said the argument for less-strict copyright laws to enable AI growth and keep the U.S. at the forefront of the AI arms race is "really convoluted" and ignores what should be at the foundation of any relationship between rights holders and AI companies: consent to use copyrighted material.

"I think it's the most important issue of our time in AI," Mooser added.

Ejecutivos de animación advierten en Annecy que el uso de IA se ha vuelto "radiactivo" en la industria



Arvid Tappert, Flavio Perez y Thierry Paalman

ANNECY Neil Batey 12.06.2025: Los productores de animación tienen miedo de admitir que están utilizando inteligencia artificial para crear contenido porque el tema se ha vuelto "radiactivo", advirtieron ejecutivos del sector.

Durante un panel del MIFA titulado '¿IA para animación?', realizado en el marco del festival de Annecy, los panelistas pusieron en relieve que muchos creativos sufren acoso en redes sociales e incluso temen ser incluidos en listas negras si hablan abiertamente sobre el uso de IA en sus proyectos.

Flavio Perez, director de investigación y desarrollo de la productora francesa Les Fées Spéciales y moderador del panel, admitió de hecho que fue difícil encontrar ponentes dispuestos a discutir el tema públicamente.

"Sabemos que la gente usa IA, pero no quiere admitirlo porque es radiactivo", agregó Quentin Auger, cofundador y jefe de innovación en Dada! Animation.

Arvid Tappert, director sénior en Asteria Film, mostró en tanto a los asistentes de MIFA cómo utilizó una combinación de IA y técnicas tradicionales de animación para crear la serie corta 'The Odd Birds Show' para plataformas sociales.

"Hace un par de años me daba mucho miedo publicar cosas sobre IA en redes sociales porque allí se ve mucho odio. Quiero demostrar que se puede trabajar con este 'monstruo', y que no te va a reemplazar. Puede inspirar a jóvenes artistas", destacó.

El uso de IA en programación infantil ha sido un tema polémico dentro de la industria desde hace ya un tiempo. En Annecy, el año pasado, los equipos de las productoras hermanas La Cabane Productions (Francia) y Thuristar (Bélgica) usaron pines en protesta contra esta tecnología.

Perrine Gauthier, fundadora de La Cabane y socia productora en Thuristar, promocionó los pines con la frase 'made by humans' en su perfil de LinkedIn antes del evento de 2024 en protesta al festival por haber seleccionado proyectos creados con ayuda de IA el año pasado.

Marcel Jean, director artístico de Annecy, defendió entonces la decisión, argumentando que esos proyectos promoverían el debate de forma más sustantiva.

Ese mismo verano, la asociación belga de animación ABRACA habilitó una "línea anónima" para animadores que quisieran denunciar el uso de IA generativa durante procesos de producción.

La iniciativa surgió luego de que ABRACA alertara sobre un "número alarmante de incidentes" y "prácticas injustas y perjudiciales en la producción".

Más recientemente, la IA volvió a estar en el centro de la polémica tras el lanzamiento del nuevo generador de imágenes de OpenAI, potenciado por GPT-4o, que inundó internet con imágenes inspiradas en los trabajos del estudio japonés Studio Ghibli ('El viaje de Chihiro').

Críticos de la herramienta señalaron que este filtro generativo, usado para transformar selfies en imágenes al estilo Ghibli, abarataba el oficio del estudio.

Sin embargo, algunos ejecutivos presentes este año en Annecy aseguraron que la IA ha sido injustamente atacada y que debería verse como un aliado creativo.

Thierry Paalman, jefe de tecnología en Submarine Animation, dijo: "Quiero dejar claro que la IA es mucho más que generar fotos familiares al estilo Studio Ghibli. Queremos hacer trabajos no derivados, con ideas propias, y controlar la IA para dar más tiempo y posibilidades a los artistas".

Tappert añadió: "Soy inquieto cuando trabajo, así que para mí la IA es como una explosión creativa. Me permite probar nuevos flujos de trabajo y usar la IA junto con técnicas tradicionales. Es simplemente más divertido porque puedes experimentar mucho y encontrar formas nuevas y emocionantes de conectar la IA con tu estilo. Eso no era posible hace dos años".

WRAP.PRO



PRO

Chinese Screenwriters Are Finding Ways to Use AI — Is Hollywood Ready to Rewrite the Script?

A rare study out of Hong Kong on screenwriting and AI shows how Chinese screenwriters are applying the technology that still faces skepticism in the U.S.

Jackie Snow June 11, 2025 @ 6:15 AM

While studios and unions debate the long-term implications of artificial intelligence, early-career screenwriters in China are finding ways to incorporate the tools into their creative process, according to a recent study out of Hong Kong. The study from the University of Science and Technology found that most participants use tools like ChatGPT and Midjourney to brainstorm ideas, build characters and get creatively unstuck.

Presented this spring at the 2025 Conference on Human Factors in Computing Systems, the study surveyed 23 screenwriters, ages 23 to 29, in mainland China. Eighteen said they had used generative AI as part of their writing process — not to replace creativity, but to jump-start it.

The study appears to be the only academic research to date that closely examines how screenwriters are using AI. That it comes from researchers in China — not the U.S., where AI is being experimented with in areas like animation, VFX and marketing — may reflect Hollywood's particular discomfort with applying the technology to screenwriting. Some fear generative AI applied to storytelling will only fuel mediocrity — and cut out human creators — in Hollywood.

In the Chinese study, writers described using AI tools to generate character backstories, sketch out plot points or visualize settings. One participant said they used Midjourney to generate an image of a terrified gorilla standing in a modern art museum. That unexpected combination inspired a speculative story about animals navigating human society. Others described similar moments of surprise — where the AI surfaced a detail or juxtaposition they wouldn't have arrived at on their own.

"Most of them are positive, even though some will have concerns about the replacement of their jobs," said Yuying Tang, the study's lead author who researches how AI systems intersect with creative domains like film, design and fine art. "They also recognize that AI will likely improve with time."

Tang added that participants viewed their experimentation with AI as a way to prepare for future changes in the creative landscape.

"They are trying to understand it early," she said. "Sometimes they don't directly use the output, but it gives them ideas."

AI's usefulness at this stage may lie in how it mimics the way human inspiration works — sparking loose associations that lead to new ideas, according to Zorana Ivcevic Pringle, a senior research scientist at the Yale Center for Emotional Intelligence. That's why generative tools can help with brainstorming but fall short when it comes to more advanced tasks.

"Where AI is not useful is putting different ideas together and creating a coherent whole with nuanced understanding of emotions and social relationships," she said. "We start with a coherent draft and iterate on it until it comes to life."

The study supports that divide. While participants turned to AI to break creative blocks or generate raw material, few found the tools helpful for dialogue or structure. None of the six writers who tried generating dialogue said the results were usable. Of the 12 who used AI to shape narrative structure, only two said they would do it again. In some cases, the AI responses were described as stilted or formulaic — the kind of output that might pass for content, but not for craft.

OpenAI launches the AI video generation model Sora. (Credit: Costfoto/NurPhoto via Getty Images)

Tang said that while the study focused on Chinese writers, the underlying creative challenges are similar elsewhere. “I don’t think there is a huge difference between different locations,” she said, “The needs are similar.”

Van Robichaux, a television and animation writer who served on the Writers Guild of America’s AI working group leading up to the 2023 strike, told TheWrap the study did a solid job capturing the structure of screenwriting, but overstated how widely generative tools are actually being used. He felt the authors leaned too heavily on academic citations and pointed to how the study framed the WGA strike as an example. “The concern was more where things were headed than where they were,” he said. “It wasn’t a reaction to widespread use.”

Still, he said the findings could hold relevance for Hollywood. The fundamentals of screenwriting — from development to revision — are largely consistent across borders. Rather than the location of the participants, Robichaux said their early-career status likely shaped their openness to AI.

“Younger people would be more willing to implement these things in their workflow,” he said. “But you quickly learn things work the way they work for a reason.”

He added that many of the ways participants used AI, such as for character generation or story prompts, don’t reflect how more experienced writers typically operate. Having worked on a project in China, he said he’d expect that distinction to hold there as well.

While Robichaux said he isn’t opposed to AI, he points out that the way these tools work — drawing from patterns in existing data — is fundamentally at odds with what writers are often trying to do: break formulas, not replicate them.

“One of the biggest concerns with AI-generated content is this averaging out,” he said. “It hits that ‘good enough’ bar but is pretty flat. We’ve already moved toward that on our own without augmentation.”

He sees the greater risk not in AI replacing writers, but in studios becoming comfortable with mediocre, machine-assisted work. “Hollywood already struggles with a lot of average storytelling,” he said. “We don’t need AI pushing us even further into that zone.”

PUCK

The Great Netflix Ad-Tier Migration

The leading streaming service is trying to crack the advertising code without cannibalizing its own 300 million-strong subscriber base. It's kind of, sort of, working.



Ted Sarandos, Greg Peters, Bela Bajaria Netflix

Advertising is mission critical to Netflix's next stage of growth, and the company will need to continually ensure that its higher percentage of trade-in customers—that is, tier-switchers among existing subscribers—doesn't drag down overall revenue. Photo: Roger Kisby/Getty Images

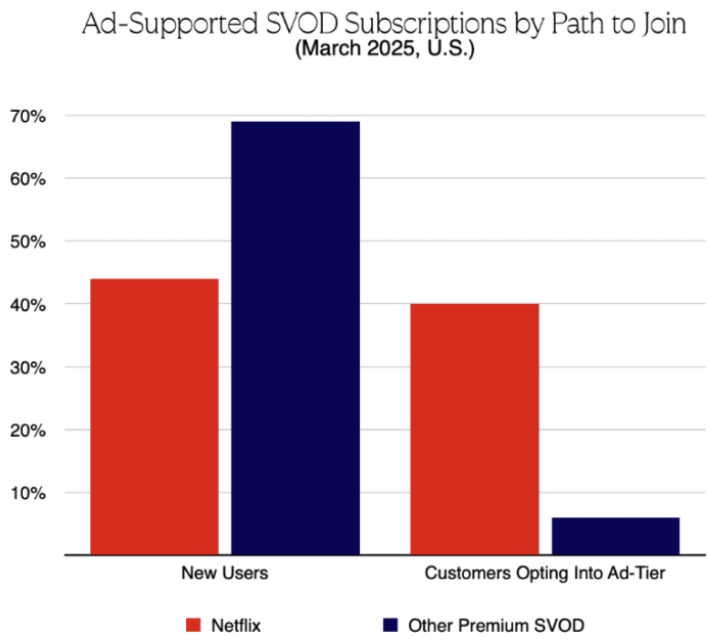
Julia Alexander June 11, 2025

I was at the annual StreamTV conference in Denver this week, and nearly every conversation I had coalesced around the age-old topic of advertising, which is suddenly very much back in vogue. There are only so many streamers that people are willing to pay for, so the momentum these days largely favors free or heavily ad-supported platforms—like YouTube, which is eating premium media's lunch.

In November 2022, Netflix famously introduced its ad-supported tier, which now reaches more than 94 million monthly active users: 125 percent growth year-over-year, as of May. But everyone in the industry is still poring over the data, trying to get a handle on the risks of cannibalization of the ad-free subscriber base and the potential upside—the moment when, or if, the revenue per sub for less-expensive advertising tiers might actually surpass the ad-free options.

Back in late '22, co-C.E.O.s Ted Sarandos and Greg Peters told nervous shareholders that the risk of cannibalization was minimal—they didn't believe legions of ad-free subscribers would simply opt into the less-expensive ad tiers. Peters pointed to various benefits of the more premium tier, like 4K streaming, as "sticky points." For what it's worth, I wasn't entirely sure I believed them, but I was excited to observe the experiment.

Now, though, a clearer picture of Netflix's transition from a pure sub-driven business to a hybrid model is coming into view. According to new data from Antenna, in March 2025, 40 percent of customers on the ad-supported tier had switched over from paying full freight, nearly equal to the 44 percent who entered as new users. (About 16 percent of ad-tier customers were win-backs—lapsed subscribers who signed back up.) By comparison, at other streamers, nearly seven in 10 people on the ad tier are new users. Peters may have not anticipated people's willingness to watch ads for a cheaper price, despite the oversaturation of streaming offerings in the U.S. At Netflix, it seems, a great migration is already underway—and that's not necessarily a bad thing. In fact, it seems to be precisely what Netflix wants.



Mission Critical

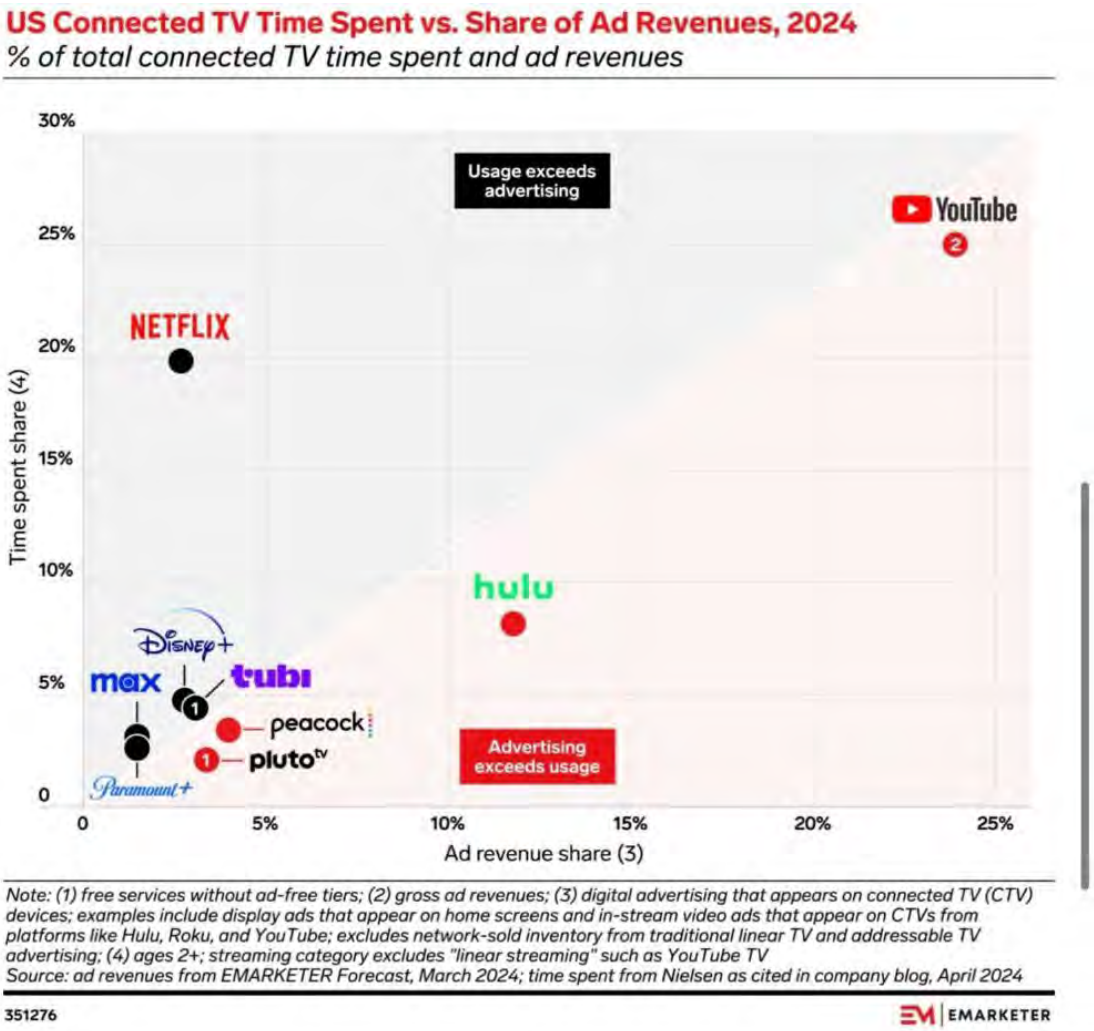
When Netflix first launched its ad tier, its average revenue per user immediately dropped in the U.S. and Canada, even as total subscribers grew. It took until the fourth quarter of 2023 for that ARPU to meaningfully increase. And that was only after Netflix instituted a price increase. At the time, the changes appeared to work. An analysis from advertising expert Eric Seufert suggested that ARPU from Netflix's standard ad-supported tier was indeed higher than the ad-free option.

But that was before global ad market growth slowed. In the summer of 2024, Netflix started lowering its CPMs. That July, the company also moved to discontinue its basic plan—its cheapest ad-free plan—which prompted many users to opt into an ad-supported tier. This was a "catalyst event," Rameez Tase, Antenna's co-founder and president, told me, "requiring subscribers of that plan to opt into a different plan in order to maintain access to the service." The strategy appeared twofold. Netflix wanted to use its ad tier to attract new customers, and better monetize its existing price-sensitive subscribers via ads. The Antenna numbers suggest that it is effectively achieving both aims.

This past quarter, Netflix stopped reporting subscriber additions, and no longer discloses ARPU, which makes it difficult to assess where things stand. But Netflix executives have acknowledged in the past that its ad tier produces more aggregate ARPU than its standard package, and we can observe supporting trends using other data points. This year, Netflix's ad tier is expected to drive more than $3 billion in revenue, according to research firm Omdia. In April, The Wall Street Journal reported that Netflix hopes to earn $9 billion in global ad sales by 2030. The company also jumped from representing just 1 percent of all ad-tier subs in the U.S., in Q1 2023, to 15 percent two years later, per Antenna.

Of course, Netflix executives know it's a slow build. Peters admitted on an earnings call last year that "ads won't be a primary driver of revenue in 2025, because we're still scaling that audience and that inventory faster than our ability to monetize it." Netflix is trying to speed up that process by developing its own ad tech—similar to the investment made by Disney, YouTube, and NBCUniversal—which should remove some "activation hurdles" for advertisers and thereby increase overall sales. In the meantime, according to a 2024 analysis from eMarketer, Netflix's share of connected TV time exceeds its share of ad revenues—the opposite is true of Peacock, Hulu, and YouTube—which suggests that the business is just scratching the surface of its potential.

Advertising is mission critical to Netflix's next stage of growth, and the company will need to continually ensure that its higher percentage of trade-in customers—that is, tier-switchers among existing subscribers—doesn't drag down overall revenue. But if those trade-in customers start to represent higher revenue customers, it's a net win for Netflix across the board.



Netflix doesn't own the streaming advertising space by any means—Amazon Prime Video leapfrogged Netflix by rolling every Prime Video subscriber into its ad tier as a default, rather than an option—but the company does a better job than others of making its platform, not merely the titles on it, totally necessary. After years of investing heavily in the best algorithmic recommendations, A/B testing user interface strategies, and collecting enormous amounts of user data, Netflix's tech lead now seems nearly insurmountable, which will facilitate its transition. Too many legacy companies refuse to acknowledge that their content isn't the sole differentiator. But in an app-ruled world, it's all about instilling a reason to open it every single day. If they can do that, then they may see their churn rates slow and advertising tiers pick up.

THE WALL STREET JOURNAL.
English Edition ▾ | Print Edition | Video | Audio | Latest Headlines | More ▾

Netflix Still Bullish on Global Production, Despite Trump's Tariff Threat

By **Josie Reich** JUNE 11, 2025



Netflix isn't backing down from foreign production, despite President Trump's threat of a 100% tariff on movies made outside the U.S., co-CEO Greg Peters said at The Wall Street Journal's CEO Council Summit in London on Wednesday.

The U.K. is Netflix's second largest country for production behind the U.S., and became so attractive because it boasts strong infrastructure, a large talent pool and financial incentives, he said. Some states, including New Jersey and New Mexico, have grown more competitive on that front too, he said.

Last month, Trump said on Truth Social that he wanted to implement significant penalties on entertainment made outside the U.S., but hasn't provided further details about how the levies would be assigned.

"We try to focus on things we can control," Peters said Wednesday. "If we have a specific proposal to respond to, we will."

Peters also said that a proposed U.K. tax on Netflix's revenue, aimed at generating funds for domestic production, would be a mistake. He said Netflix produces "authentically British" shows, like "Adolescence" and "Toxic Town," and doesn't just focus on international audiences.

Meanwhile, Netflix said Tuesday it would invest more than $1 billion over the next four years in productions in Spain, banking it can replicate the success of shows such as "Elite" and "Money Heist."

VULTURE
BUFFERING

THE BIG STORY

Warner Bros. Discovery Is Breaking Up. We Have Questions.

By Savannah Salazar and Eric Vilas-Boas JUNE 12, 2025



It's been barely four days since Warner Bros. Discovery announced its plan to carve up the company anew, and we already have some idea of what the strategy looks like behind splitting it into two successor companies, Streaming & Studios and Global Networks. The former will house the likes of HBO, Warner Bros. Pictures, HBO Max, and play the hits game — a studio business with a prestige streamer fit for the content king that David Zaslav envisions himself to be. The latter will be a debt-saddled workhorse made up of WBD's declining but still lucrative cable businesses and its digital arms, like Discovery (and Discovery+), CNN (and its still-forthcoming streamer), and a string of sports and entertainment channels — TNT, TBS, TCM, and more. And they'll be run, respectively, by the architects, leaders, and most visible Hollywood villains of WBD: Zaslav and CFO Gunnar Wiedenfels.

Having spent much of the past three years managing drops in their company stock, laying off large chunks of their business, and recently re-rebranding their flagship streaming service, WBD's leadership telegraphed this, says Dr. David Offenberg, a professor of entertainment finance at Loyola Marymount University who closely follows media companies' mergers and acquisitions. He points out that the AT&T deal that formed Warner Bros. Discovery in the first place helped set the template Zaslav and Wiedenfels are following into the future with Streaming & Studios and Global Networks. (They're still working on sexier names.) In that deal AT&T loaded WarnerMedia, the cash-generating part of its business, with debt and took the cash for itself when it sold it to form Warner Bros. Discovery.

Importantly, that bet didn't pay off: "I don't think anybody would say that Warner Bros. Discovery has been a rousing success over the past three years," Offenberg says. "It has been obvious to me that WBD would need to do the same thing, loading up the cable networks with debt and spinning them off, to alleviate the debt on the studio." What's less obvious is what the remainders of the company look like when the dust settles. Here are our questions.

What change will HBO Max subscribers see? Will Discovery content be pulled from the service?

As we've written before, Max's recent branding decisions have signaled an identity shift for the streamer and its place in the streaming wars. Netflix is the everything service; the soon-to-be-renamed HBO Max will be the speciality service. In that scenario, it doesn't need the Discovery+ content. Merging Discovery+'s library with HBO Max's never paid off in the way Warner Bros. Discovery had hoped, despite Discovery+'s undeniable popularity with its own audience. With Global Networks getting custody of the profitable stand-alone streamer, expect much of its content to leave HBO Max. What remains on the service will come down to what HBO Max chooses to license, though it's too early to say what exactly. The largest change for HBO Max subscribers may be not having Dirty Jobs and Naked and Afraid next to your The Last of Us and The White Lotus shows — even if they do sound like each other's respective tethers. The brand-protective execs at HBO are probably quite happy about that.

Will subscription prices for HBO Max drop?

Surely you jest.

What does this mean for CNN's future?

For any major corporation looking to push through the next four years, owning a prominent news channel probably feels risky. We've already seen Disney bow to the president, most notably through its $16 million settlement to close the ABC News lawsuit, and the key factors stalling Paramount and Skydance's merger are an FCC ruling and Trump's lawsuit against 60 Minutes. At the same time, news is still an integral part of most people's entertainment diet. "CNN is sort of the linchpin that's going to hold the whole thing together" for Global Networks, says Offenberg. It's its most desirable asset

among its selection of cable channels, a reliable revenue stream that cable providers want to keep in their bundles and an asset that he thinks Streaming & Studios should have considered keeping. "One of the main reasons I think YouTube is destroying Netflix right now is because YouTube has news and Netflix doesn't. News keeps people coming back. And giving up news is, in my mind, kind of dangerous." For now, CNN Max is offered with HBO Max as a 24-hour newsfeed. It's undetermined if it'll leave the streamer with Discovery+, but interestingly, Global Networks still plans to assume "CNN's new streaming offering" set to debut later this year. Hopefully that's executed better than the incredibly short-lived CNN+. It'll have to be if Global Networks plans to show it's worth its salt to potential investors.

How does this affect HBO Max's sports strategy?

Sports on HBO Max could look a lot lighter, despite retaining its international sports offerings under the new deal. TNT Sports U.S. — which currently holds rights to the MLB, NHL, U.S. soccer, college basketball, college football, and NASCAR, among other offerings — is going to Global Networks along with digital properties like Bleacher Report and Golf Digest. The Streaming & Studios company will likely see this as a relief, Offenberg says. Warner Bros. Discovery was unable to renew its contract to run NBA games on TNT last year, a loss that embarrassed the company and prompted a lawsuit from its own investors. "They already showed in the last NBA negotiation that they couldn't play ball with the Amazons and everybody else bidding big money," Offenberg says. Beyond the cost-savings, staying out of the game may also help focus whatever HBO Max becomes in the future, he adds: "Because they're trying to be a highbrow specialist brand, I don't think sports really fits in with that." And if they decide they do want to keep some sports on there, they have a friendly partner in Global Networks who could cut them a nice licensing deal.

Does this solve their debt problems at all?

No, but it restructures who pays for it and how. The majority of that debt will go to Global Networks, while "a not-insignificant portion" will go to Streaming & Studios, Wiedenfels said earlier this week. They haven't ironed out how much yet, but doing that will allow Global Networks, the company with a lot more free cash flow thanks to its cable channels, to pay down the debt, "even though cable is a quickly melting iceberg," Offenberg says. Streaming & Studios will still be responsible for some slice of the $37 billion left to pay, but that's what all of Zaslav's future box-office hits and streaming receipts are for. Offenberg gives the WBD strategy some credit: "I don't think of debt as a bad thing. If you think you're going to have money in the future, but you need it now, you borrow," he says. And, "They have not gone bankrupt."

So what's the deal with Gunnar Wiedenfels?

Warner Bros. Discovery's chief financial officer has been David Zaslav's right-hand man for years, serving as CFO for Discovery, Inc., before its merger with Warner Bros in 2022, in a deal he helped strike with AT&T. Now, as Zaslav steps up to Streaming & Studios, Wiedenfels will be tasked with running Global Networks as its own company. But of

course they'll still be in business together: Global Networks will retain a 20 percent stake in Zaslav's Streaming & Studios, and they'll both be on the hook for the aforementioned debt. Critically, at WBD Wiedenfels has played the role of cost-cutter-in-chief, and a key force that's helped the company pay down that considerable debt. So his new role at Global Networks isn't as simple as Zaslav getting the cool studio job and his top finance bro getting the withering cable business: Wiedenfels's goal is almost certainly to make Global Networks look as attractive as possible for a potential acquisition, which will mean lots more cuts — mostly likely to the new company's sexiest yet incredibly expensive asset, CNN.

Are these new companies looking to sell themselves?

Consolidation is definitely coming for these companies, and Offenberg sees the spinoff as their next step, but not the last step of Zaslav and Wiedenfels's plan. "It seems that Warner Bros. Discovery is making a bet that the shareholders are going to get value from the spinoff when the spinoff is acquired," Offenberg says. Could Global Networks merge with Versant? Or get bought by some other company in the TV-networks business? Could David Ellison's Paramount deal blow up and could Zaslav coax his billions over to HBO Max? We don't know.

We do know that no matter what, Hollywood will have to endure more of Zaslav's machinations for years to come, Offenberg says: "He's going to get another year to keep his job while they go through this transaction — then probably at least another year after the transaction's over to prove out whether he can be a Hollywood mogul." Buckle up.

THE WALL STREET JOURNAL.
English Edition ▾ | Print Edition | Video | Audio | Latest Headlines | More ▾

BUSINESS | MEDIA

Why Warner Boss Zaslav Is Having to Split Up the Media Empire He Built

The studio and cable conglomerate that David Zaslav created couldn't overcome outside forces and massive debt

By **Joe Flint** June 12, 2025 5:30 am ET



David Zaslav at the 2025 Vanity Fair Oscar Party.

Key Points

- Warner Bros. Discovery will split into two companies after a merger three years ago.
- CEO David Zaslav will lead the studio/HBO Max company; cable channels form the other.
- The merger burdened the company with debt, leading to cost cuts and a stock decline.

Warner Bros. Discovery Chief Executive David Zaslav loves the 1941 Humphrey Bogart classic “The Maltese Falcon” about a group of unsavory characters searching for an elusive statuette of a gold jewel-encrusted falcon.

The falcon is “the stuff dreams are made of,” Bogart’s character famously says, driving people to do just about anything to possess it. Combining Warner with Discovery was Zaslav’s Maltese falcon. And like the movie’s protagonists, Zaslav couldn’t secure it.

His old world entertainment titan’s ambition collided with the realities of a media business in turmoil. Now, three years after he closed on a deal that merged his Discovery cable TV networks with AT&T’s WarnerMedia business, Zaslav is breaking it into two separate companies.

The CEO, who has enjoyed industry-topping paydays throughout the tumultuous three-year marriage, will sit atop the company home to Warner movie and television studios and HBO Max streaming service. The second will consist primarily of cable channels such as CNN, TNT and Food Network, and own a 20% stake in the other.

“We now have healthier, sturdier businesses that can be separated and grow and soar,” Zaslav said in an interview.

Accelerated cord-cutting, streaming’s ascendance, Hollywood labor strikes and AI’s rapid development reshaped the media and entertainment industries while the merged company grappled with a hefty debt load and deep cost cuts. But the company was also plagued by Zaslav’s own bad bets and missteps.

The biggest problem: Zaslav took on more than $50 billion in debt to do the deal.



The company couldn't shoulder a sum that large. To pay it off, Zaslav cut $5 billion in costs. Warner laid off thousands of workers. It scrapped high-profile movies and canceled television shows and the CNN+ streaming service.

The belt-tightening hurt the company's ability to compete and grow. Morale sank. Workers were especially angry with Zaslav's opulent lifestyle and $140 million in compensation over the last three years.

"The merger of the companies was ill advised because of the massive debt it took to make it happen, and because the brands never fit together as neatly as advertised," said Paul Verna, Emarketer's vice president of content. Ultimately, Zaslav's "only option was to undo much of what he engineered with the merger of Discovery and Warner Media."

Warner's fortunes sank. Last year, it took a $9.1 billion write-down on the value of its cable networks. Wall Street soured. Since the company's creation in 2022, the stock has lost 60% of its value. Under pressure from an activist, the company earlier this year added a private-equity veteran to its board.

Making deals

A protégé of the late Jack Welch, who ran General Electric when it owned NBC, Zaslav got his start as a lawyer at the conglomerate making deals for its cable networks. He helped launch CNBC and MSNBC and quickly rose in the industry.

After taking the helm of Discovery in 2006, Zaslav doubled down on low-cost reality shows, rather than the low-rated educational fare the company was built on, boosting ratings and revenue as well as expanding globally.

He also laid off 20% of the staff.

Zaslav built Discovery through acquisitions, culminating with the 2018 $12 billion deal to buy Scripps Networks and its channels including Food Network and HGTV.

Yet he feared Discovery was too small—and wanted movie and television studios to help build a global streaming service for the new era of television. When AT&T was looking to unload WarnerMedia, he pounced.

The deal went through a lengthy regulatory process. When the companies combined, Warner staffers hoped Zaslav would put an end to AT&T's restructuring.

Yet more and more consumers were cutting the cord, hurting cable viewership and sinking ad revenue. The pandemic wreaked havoc on production, then was followed by strikes. Zaslav lost support inside and outside Warner. Hollywood jeered his gutting of much of the staff of the Turner Classic Movies network, which industry officials view as a sacred cow.



David Zaslav took the helm of Discovery in 2006 and built it through acquisitions.

The decisions to cancel the movie "Batgirl" and other projects were also unpopular. Company insiders noted that Zaslav and his lieutenants talked about investing in the future, but killed off forward-looking, albeit expensive, projects such as the CNN+ streaming service.

Warner also initially struggled to execute its vision for its "Max" streaming service. Launched in 2023, executives touted the appeal of the service's breadth of offerings, from prestige TV in HBO to Harry Potter films and TV from Discovery networks including HGTV, Food Network and TLC.

But after trying to catch up to larger rivals like Netflix, executives realized they should focus more on distinct content than being everything to everyone, and take better advantage of the HBO brand. It was renamed "HBO Max" earlier this year.

The streaming business boosted its adjusted earnings before interest, taxes, depreciation and amortization to $677 million last year from $103 million a year earlier. The company projects it will rise to $1.3 billion for the current year.

Then there was the National Basketball Association, a reliable source of viewership, which called Warner's TNT network home for more than three decades. The league grew irritated after Zaslav said at an industry conference in late 2022 that the company didn't "have to have the NBA."

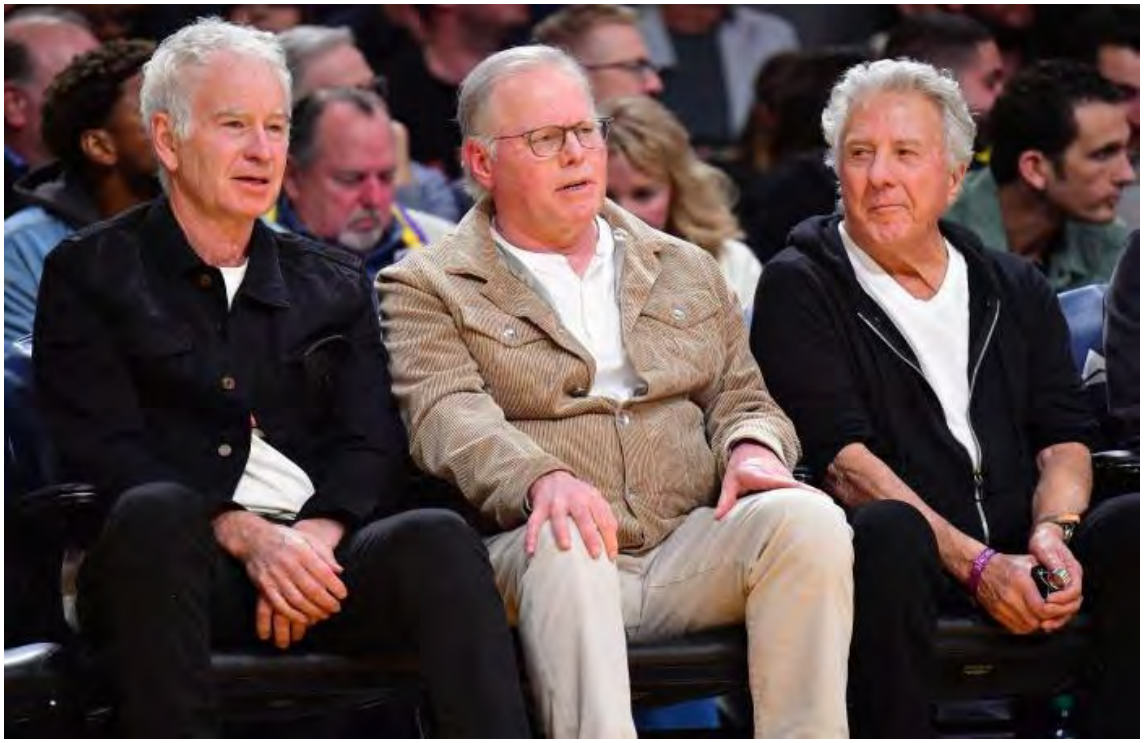
Negotiations were difficult. Ultimately, the NBA signed a new deal with Disney's ESPN and brought in NBCUniversal and Amazon Prime Video as new partners.

Angering staff

Some Warner staff grew disenchanted with Zaslav's leadership. Early on, he challenged executives over greenlighting a Clint Eastwood-directed movie that was a box office disappointment. "Alto Knights," a mob movie starring Robert De Niro and written by his Hamptons neighbor and "Goodfellas" scribe Nicholas Pileggi that Zaslav championed, was a commercial and critical flop.

A chunk of the CEO's compensation is based on free cash flow, which soared as the company cut costs. Many division heads, in particular, chafed at having to rein in production and marketing budgets to help pay down the debt and increase free cash flow.

Warner employees grimaced at the optics of Zaslav sitting courtside at New York Knicks and Los Angeles Lakers games, next to pals such as John McEnroe, David Geffen and Dustin Hoffman while staff lost their jobs.



Former tennis player John McEnroe, Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav and actor Dustin Hoffman at a Los Angeles Lakers game. Photo: Reuters

Some of Zaslav's strategic moves might pay off in the long run. Keeping the NBA would have meant more than doubling the $1.2 billion average annual rights fees TNT was paying, money it has since used for other sports rights.

Despite losing the NBA, Warner was able to negotiate new long-term distribution agreements for TNT and its other cable networks at increased fees with big cable operators Comcast and Charter. That will help position the cable networks company for the future.

After a tough start to the year, the Warner movie studio is on a hot streak as of late thanks to hits “Sinners” and “Minecraft.” The company is also releasing a much-anticipated new “Superman” movie this summer.

The company’s debt has been cut by $19 billion, and most of the remaining $34 billion will sit on the global networks company, led by Warner’s current finance chief Gunnar Wiedenfels.

The global networks company could benefit from the cash-generating channels, but a good chunk of that ad revenue will go to paying down debt. The studio and streaming company, meantime, could prosper from hits such as HBO’s “The Last of Us” and box office successes, and if HBO Max keeps adding subscribers.

Yet most industry officials and analysts expect Zaslav’s endgame is for each to be acquired.

Write to Joe Flint at Joe.Flint@wsj.com

VARIETY

Jun 12, 2025 5:31pm PT

HBO Family, ThrillerMax and Other Multiplex Channels to Be Shut Down by Warner Bros. Discovery

By **Michael Schneider**



As Elmo leaves the HBO family, so does HBO Family. The spinoff channel, which launched in December 1996 as a more kid- and family-friendly version of HBO, will shut down on August 15. It's part of a larger strategy by Warner Bros. Discovery to pare down its large collection of "multiplex channels" — those additional linear channels that are usually included in the price of an HBO or Cinemax subscription.

Besides cutting HBO Family, WBD also plans to cease operations on the Cinemax multiplex channels ThrillerMax, MovieMax and OuterMax. Details of the pare down was first reported this week by Cord Cutters News, which became aware when Spectrum alerted its customers that "effective on or after August 15, 2025, HBO Family, ThrillerMax, MovieMax, & OuterMax will cease programming and will no longer be available." Variety has since confirmed the news.

Linear premium channels have been hit with major viewership declines as audiences shift to streaming; the majority of HBO original series viewership can now be found on the soon-to-be-renamed HBO Max. And of course, the decision to cut these networks comes as Warner Bros. Discovery itself announced plans this week to cut the company in half, with linear basic cable networks moving to a new spinoff entity. (HBO isn't part of that spinoff.)

Most multiplex channels air reruns of movies and fare from the mothership; HBO Family aired some original programming during its lifetime, however. And in recent years, as HBO removed its kids programming from its main lineup, all of the channel's children's programming and family specials could be found on HBO Family instead. Per its remit, HBO Family's lineup did not include R-rated or TV-MA programming.

HBO continues to offer several more multiplex channels, including HBO2, HBO Signature, HBO Comedy, HBO Zone and HBO Latino.

As for the Cinemax channels that will shut down, ThrillerMax, which runs horror and thriller films, launched in 1998; MovieMax, targeted at younger viewers, first premiered in 2001 as WMax; and OuterMax, which focuses on sci-fi and fantasy, launched in 2001. Cinemax continues to program the multiplex channels MoreMax, ActionMax, 5 Star Max and Cinemáx.

The Hollywood Reporter

RichCo vs. PoorCo: Not All Spinoffs Are Created Equal

NBCUniversal and Warner Bros. Discovery are racing to offload their ailing linear TV channels. But just one of the new SpinCos is unburdened by billions in debt.

By Alex Weprin June 11, 2025



The creation of Warner Bros. Discovery began with the corporate equivalent of sunshine and rainbows. In February 2021, David Zaslav, then the CEO of Discovery Inc., sent AT&T CEO John Stankey an amiable text. The message, which was adorned with both a golf and sunglasses emoji, sparked a series of talks (including secret meetings in a lower Manhattan townhouse) that led to the creation of WBD in 2022.

Just three years later, the sunshine and golf has been replaced by cloudy skies, as the company prepares to split itself up. One current employee who works in what will become Gunnar Wiedenfels' global networks company expressed frustration at the news, lamenting that by the time this deal closes next year, the company will have spent an entire decade shuffling ownership from one entity to the next, from AT&T's deal for Time Warner, to the Discovery deal, to now — all while the stock price and cash flow have steadily declined as the cable iceberg melts, and with layoffs and cuts never ending but executive pay rising.

Superficially, at least, WBD's maneuver bears a striking resemblance to Comcast's decision to spin off its cable TV channels into Versant, but it is in the details where the two plans diverge. The biggest difference may be reflected in the very first

question that Wall Street analysts asked Zaslav on a conference call on the morning of June 9: the debt.

Wiedenfels' global networks company will hold a "majority" of WBD's more than $30 billion in debt, utilizing its cash-flow-rich but slowly melting assets to service that debt. Versant, by contrast, is expected to have minimal debt, so that it can be an opportunistic acquirer (Versant CEO Mark Lazarus has told fellow media execs that he wants his company to be aggressive and expects to be a buyer rather than a seller).

"If you have a portfolio of what's called linear channels, one of the things you're thinking about is, 'Do they have successors in the streaming world?' And if so, how do I get from here to there?" says Integrated Media CEO Jon Miller, who adds that a high debt load could also make the company less attractive as an acquisition target. "Not every linear channel is going to make it to the streaming world and thrive in the streaming world. So you're going to have to determine what you believe can thrive in the streaming world and make some choices and investments. If you have a lot of debt on top of that, your ability to invest is more limited. And so by necessity, you have to make even fewer choices in terms of what you invest in going forward."

At Zaslav's studios and HBO business, meanwhile, a solid balance sheet and creative portfolio are offset by losing the cash flow from cable TV. While NBCUniversal holds on to cash-flow-rich businesses like NBC and the Universal theme parks in its spinout, WBD is essentially divesting itself of its cash-flow machine in the name of creating a growth business.

Comcast noted that Versant will have about $7 billion in cash flow, while what remains of NBCU will have nearly $40 billion in revenue. While WBD has not yet broken down its financials post-transaction, the linear networks comprise a majority of its revenue, giving it a very different economic profile.

Zaslav's business, however, could make for a ripe acquisition target, as Wolfe Research's Peter Supino notes. As for Wiedenfels' side of things, "Global Networks will not be positioned to die, in our view, but will still shrink materially," Morningstar analyst Matthew Dolgin dryly wrote June 9. "Some attractive assets, such as U.S. sports rights, the CNN and Discovery streaming properties, and digital assets like Bleacher Report, can mitigate the linear television networks' decline."

And while Versant has a tight bundle of seven cable TV channels and some digital brands like Fandango, the new WBD networks business will have a larger collection of channels, perhaps giving it more runway to operate but also giving it less ability to focus. And while NBCU spent years trimming down its roster of cable channels to only those it thought mattered, WBD has tried to prop up its channels in the service of survival, with a pivot at TruTV into a sports channel just the latest example.

“NBC, they’ve been really good and active the past couple of years skinny-ing down their program offerings so we don’t have to re-up with networks that are of low value,” says Keith Bowen, president of news, programming and business services for the cable company Optimum.

And Lazarus, at Versant, has made it a priority to get employees hyped up about being at what he frames as a well-capitalized startup rather than a holding company for a dying industry. In addition to acquiring companies, Lazarus has talked openly about acquiring new sports rights, about building out a programming team to develop and acquire entertainment, about staffing up in news at MSNBC and CNBC, and about a new temporary midtown Manhattan headquarters (located in the building that used to be the home of The New York Times) that he is dubbing “summer camp.”

While the messaging may change, WBD’s initial public pitch remained focused on efficiency, rather than opportunity.

But there is opportunity in that efficiency, as Bank of America analyst Jessica Reif Ehrlich wrote shortly after the split was announced.

“With Streaming & Studios separated as a standalone public company unburdened by the substantial debt burden, we expect significant investor interest (both public and private) in these highly valuable assets,” she wrote. “Similarly, as a standalone entity, Global Networks has optionality including asset sales or the potential to become a ‘roll up’ for other similar assets, likely at attractive valuations and subsequently extract several cost synergies (corporate, advertising sales, etc.) to extend the runway of FCF these assets would yield to service debt over the next several years.”

One company that will excite investors, and another that will extract cost synergies to service debt, with any deal a ways away. “While we view the split of Networks and Streaming & Studios as just the first step to unlock value, a second step may require patience,” Supino writes.

The two SpinCos also tell a tale about the future. The first media mogul to broach the idea of spinning off their linear channels was Disney CEO Bob Iger, shortly after rejoining the company in 2022. Disney ultimately opted not to do so, but one wonders whether the company reconsiders in light of what rivals are pursuing. Similar questions are sure to arise as Paramount Global sits in limbo waiting for the Skydance deal to close.

The past 30 years of the entertainment business were funded by cable TV cash, but it seems that era is finally coming to an end. The tastemakers gave way to the number crunchers, and now the number crunchers are sending the TV channels off to the vultures.

Or, as mogul and dealmaker Barry Diller told THR in a May interview: “We’ve gone from a town to a spreadsheet.” The propagators of those spreadsheets are running the show, and have decided that ripping up the businesses they helped forge is the pathway to success.

VARIETY

Jun 11, 2025 10:40am PT

Warner Bros. Discovery's Road to Splitsville: What's Next?

CEO David Zaslav's attempt to hack Discovery and WarnerMedia into a media superpower fizzled amid cord-cutting headwinds

By **Todd Spangler**



Four years ago, David Zaslav clinched a debt-heavy deal to merge cable mainstay Discovery Inc. — which he'd run since 2006 — with what was then called WarnerMedia. The story he told investors was that the two entities' diverse array of media assets "are better and more valuable together."

He doesn't believe that anymore.

On June 9, Zaslav announced a plan that he had already signaled to Wall Street was coming: Warner Bros. Discovery would be breaking up. The move, expected to be completed by mid-2026, will create two separate public companies. The goal is to boost the value of the high-growth streaming and studio biz by amputating the declining TV arm that has been hurt by the shrinking pay-TV universe, while freeing up both companies to seek potentially value-accretive M&A deals. "The right path forward became increasingly clear," Zaslav said on an investor call about the split.

WBD Streaming & Studios, to be led by Zaslav, will house HBO and HBO Max; TV and film production studios; Warner Bros. Games; and consumer products, experiences and licensing. WBD Global Networks, headed by CFO Gunnar Wiedenfels, will comprise cable nets including CNN, TBS, Discovery and Food Network; TNT Sports in the U.S. plus Bleacher Report; free-to-air networks in Europe; and the Discovery+ streaming service (which is mostly tied to the cable properties).

Zaslav and Wiedenfels are following in the footsteps of the Comcast/NBCUniversal crew, which for similar reasons has set in motion the spinoff of Versant, the cable-net vessel (sans Bravo) set to sail by the end of 2024. But really, the handwriting was on the wall for Warner Bros. Discovery even before it took a whopping $9.1 billion charge against earnings for the devaluation of its cable assets in Q2 of last year.

Will the unwinding of Warner Bros. Discovery work? Here are the key burning questions.

Are investors buying the spiel?

Signs weren't great out of the gate. After Warner Bros. Discovery stock popped as much as 13% on the split-up announcement, shares ended down 3% for the day on June 9. It's bounced back since then, up 5% compared with the June 6 closing price. But since the WBD deal closed in April 2022, the stock has slumped nearly 60%, erasing more than $35 billion in market capitalization. Note that stockholders just last week expressed disapproval with Zaslav and other top execs, with 59% of shares voted at the 2025 annual meeting rejecting their pay packages in a symbolic rebuke (because the vote was merely "advisory"). Meanwhile, S&P Global Ratings on May 20 downgraded WBD's debt to junk status, citing a lower 2025-26 revenue and earnings forecast for legacy TV. Altogether, the urgency may have been building for Zaslav and Co. to act sooner rather than later.

What's the upside for streaming and studios?

The consensus is that this side of Warner Bros. Discovery's business will benefit from being untethered from legacy cable. Max (soon to revert to the HBO Max name) has been riding high thanks to HBO hits like "The White Lotus" and "The Last of Us," while Warner Bros.' film studios have delivered strong box office results with "A Minecraft Movie" and "Sinners," with James Gunn's "Superman" coming this summer. WBD's overall streaming business ended Q1 with 122.3 million subscribers, and the company is forecasting 150 million worldwide by the end of 2026 — a far cry from Netflix (300 million as of December 2024) but still a reasonably scaled and profitable business.

As a stand-alone company, WBD Streaming & Studios will be "more attractive to both the public markets and potential partners," MoffettNathanson analysts led by Robert Fishman wrote in a June 9 research note. "Splitting them from the declining (but still

cash-flow generating) linear assets may be the best path for WBD to unlock the greatest value of its portfolio." The rough calculations by the MoffettNathanson team are that the stand-alone streaming and studios business will see "at least a low-double digit" price-to-earnings ratio, while the WBD networks company "should hold a mid-single digit multiple."

Will this spur mergers or acquisitions?

Not anytime soon, obviously. But Zaslav has voiced a hankering to see streaming consolidation in the industry. After Trump's election, he said the administration "may offer a pace of change and an opportunity for consolidation that may be quite different" and that it may "provide a real positive and accelerated impact on this industry that's needed." If and when Paramount Global closes its Skydance Media merger, there might be a tie-up to explore between Paramount+ and HBO Max, for example. Meanwhile, a stand-alone WBD networks company could attract the interest of a strategic or private-equity buyer: Like NBCU's Versant, it's a reliable cash generator for the time being despite the secular decline.

What happens to WBD's debt?

According to Warner Bros. Discovery, the majority of the debt load — standing at $34 billion in net debt as of the end of March — will remain with the linear TV company. It also announced a $17.5 billion bridge loan to help tide it over until the split occurs. The devil's in the details here: It's unknown how the debt would be divvied up and what the terms would be. WBD claims both companies "will have a clear path to de-leveraging," with "significant cash flow" and strong liquidity through cash and revolving credit. And the company says the linear networks spinoff will have "up to a 20% retained stake" in WBD Streaming & Studios that will help it efficiently pay down debt. But that's predicated on an enhanced valuation for the Streaming & Studios entity, and right now the size of such a lift is still an X factor.

EXCLUSIVE: Amazon Doubles Prime Video Ads to 6 Minutes Per Hour

More ads could mean lower CPMs, but performance could slip.

20 hours ago



Prime Video has quietly doubled its load, making good on a promise the streamer made last year to ramp up the number of commercials per hour.

ADWEEK; Amazon, Getty Images

By Mark Stenberg

When Amazon introduced ads on Prime Video in January 2024, it said it aimed to have meaningfully fewer ads than rivals—reportedly, just two to three-and-a-half minutes per hour. Less than 18 months later, that number has quietly doubled.

According to six ad buyers and documents reviewed by ADWEEK, the current ad load on Prime Video now ranges from four to six minutes per hour. And while that could bring down CPMs, buyers will be watching whether this impacts user experience.

“Prime Video ad load has gradually increased to four to six minutes per hour,” an Amazon representative wrote to an ad buyer in an email obtained by ADWEEK. The exchange occurred earlier this month.

The increase, which Amazon had telegraphed to investors but has not publicly acknowledged to consumers, gives the company significantly more inventory to sell across its rapidly expanding streaming business.

“They told us the ad load would be increasing,” said Kendra Tang, programmatic supervisor at Rain the Growth Agency. “That’s been confirmed recently when we noticed more avails in the system.”

The uptick in commercials is the latest sign of maturation from the streaming service, which in recent months has debuted a slew of new products designed to make it more appealing to marketers. Its show-level data, private auction deals, and forthcoming contextual offerings have all sought to separate Prime Video from its competitive set.

Amazon did not respond to specific questions about increasing its ad load, but in a statement referred to its broader ad strategy.

“Our commitment is to improving ad experiences rather than simply increasing the number of ads shown,” said an Amazon Ads spokesperson. “While demand continues to grow, our commitment is to improving ad experiences rather than simply increasing the number of ads shown.”

Why ad load increased

When Prime Video launched its ad tier, Amazon made commercials the default for all Prime subscribers, prompting backlash from some consumers but giving the company an immediate footprint of over 150 million monthly ad-supported viewers.

Still, to ease that transition, Amazon kept its ad load light. “They had to make the ad load palatable,” said Doug Paladino of PMG.

But by late 2024, Amazon had already told investors it would “ramp up” the volume in 2025. According to buyers, the shift reflects a broader effort to right-size Prime Video’s inventory relative to the rest of the market.

“This is a lot of them coming back to equilibrium,” Paladino said. “They have more subscribers than any other ad-supported streamer, but many weren’t watching enough for that to matter. More ad load helps bring that back into balance.”

How Amazon compares to other streamers

At its new level, Prime Video's ad load begins to mirror broader industry standards.

Netflix still offers the lightest ad experience, while services like Hulu, Tubi, and Paramount+ carry heavier loads. "Prime Video is now firmly in that middle tier," Paladino said, noting its ad volume now matches other premium platforms.

Critically, streamers' ad load generally still pales in comparison to what viewers experience on linear television, which typically ranges from 13 to 16 minutes per hour.

By increasing its ad load, Amazon has created more inventory to sell. More inventory typically leads to lower CPMs, and while buyers haven't yet seen major drops, they expect them to come soon. Currently, buyers said that Amazon Prime Video CPMs fall somewhere in the middle compared with other streamers.

"That's the upside here," said David Nyurenberg, senior vice president of digital at InterMedia Advertising. "A biddable environment, plus greater supply, should allow buyers to find impressions at more efficient rates. It's a good thing if they can scale without degrading user experience."

"If Prime Video drops 10% to 20% in price, it could move spend their way," Paladino said. "We're in a tariff-heavy retail environment where clients need to do more with less. A cheaper premium platform helps."

The increased inventory should also make it easier for ad buyers to target niche categories at scale, according to Nyurenberg. That would help advertisers take further advantage of the granular data capabilities it offers through its demand-side platform.

However, not everyone is convinced that more inventory solves Prime Video's challenges.

Vicky Chang, vice president of media at Tatari, said that for many advertisers, the barrier is less about price and more about measurement.

"It's still hard to measure Prime Video's performance against other platforms," Chang said. "Amazon does measurement, but only within its own ecosystem. That makes it hard to justify the high CPMs, especially when results can't be benchmarked elsewhere."

Buyers are also monitoring for performance degradation as ad load increases.

“For us, lower CPMs are appealing, but it comes with a viewer tolerance tradeoff, which might lead to tune-out or effectiveness declines,” said Markacy president and chief operating officer Ryan Mason. “It might take a while to fully observe that in the market—if it does happen—but tracking ad revenue per advertiser is something Prime will be managing tightly as a harbinger of how effective Prime Video ads truly are.”

What comes next

The increase in ad load puts Prime Video’s ad load closer to industry norms, and buyers say Amazon is still within acceptable bounds.

But the move underscores Amazon’s broader ambition to scale its advertising business, both on Prime Video and across its broader media ecosystem.

“There’s a clear strategy here,” said Sam Bloom, head of partnerships at PMG. “They’ve been investing in tools like Amazon Marketing Cloud, Publisher Cloud, and private auctions to make this a full-fledged ad platform. Increasing ad load is part of creating enough scale to support that.”

Still, as Amazon grows its inventory, it will have to balance monetization with viewer tolerance and advertiser expectations.

“As long as the ad load stays manageable and performance holds up, we’ll keep investing,” Paladino said. “But if it slips, spend follows the results.”

PMK

Noticia PUBLICIDAD ONLINE 12 Junio 2025

Publicidad en Prime Video: más anuncios y su impacto en los CPM del streaming premium

Por **Redacción** - 12 Junio 2025

Amazon, ha intensificado su estrategia publicitaria en Prime Video, duplicando de manera sutil el volumen de anuncios por hora. Este movimiento, que comenzó con una promesa de ofrecer una carga publicitaria significativamente menor que sus competidores, ha evolucionado en un lapso inferior a 18 meses, llevando la duración de los comerciales a un rango de cuatro a seis minutos por hora. Esta decisión, aunque no ha sido comunicada de forma explícita a los consumidores, ya había sido anticipada por la compañía a sus inversores, lo que demuestra una clara intención de expandir su inventario publicitario en un servicio de streaming que goza de un crecimiento acelerado. La confirmación de este incremento ha llegado a través de compradores de anuncios y documentos internos, evidenciando una mayor disponibilidad de espacios publicitarios dentro de la plataforma.

Este ajuste en la carga publicitaria de Prime Video es un indicador palpable de la madurez que está alcanzando el servicio de streaming en el mercado. En los últimos meses, Amazon ha implementado una serie de innovaciones estratégicas destinadas a incrementar su atractivo para los anunciantes. Entre estas mejoras se encuentran la disponibilidad de datos a nivel de programa, la facilitación de acuerdos de subasta privada y la pronta introducción de ofertas contextuales, todas ellas diseñadas para diferenciar a Prime Video de sus rivales en el saturado ecosistema del streaming. A pesar de las preguntas específicas sobre el aumento en la carga publicitaria, un portavoz de Amazon Ads ha reiterado el compromiso de la compañía con la mejora de la experiencia publicitaria en su conjunto, más allá de un simple incremento en la cantidad de anuncios mostrados. Este enfoque subraya una visión a largo plazo que busca equilibrar la demanda publicitaria con una experiencia de usuario que mantenga su valor y atractivo.

La introducción inicial de anuncios en Prime Video, con la configuración predeterminada para todos los suscriptores de Prime, generó cierta fricción entre los consumidores. Sin embargo, esta estrategia le otorgó a Amazon una audiencia

publicitaria inmediata de más de 150 millones de espectadores mensuales. Para suavizar la transición y hacerla más palatable para los usuarios, Amazon optó por mantener una carga publicitaria reducida en sus inicios. Esta contención inicial fue una medida calculada para asegurar la aceptación del nuevo modelo. Sin embargo, las señales de un aumento futuro ya se habían manifestado a finales de 2024, cuando la compañía comunicó a sus inversores su intención de "aumentar" el volumen de anuncios en 2025. Este cambio no es una sorpresa para los compradores de publicidad, quienes interpretan esta expansión como un esfuerzo por alinear el inventario de Prime Video con las dimensiones y expectativas del mercado de streaming en general.

En el contexto del mercado de *streaming*, la carga publicitaria de Prime Video, tras este aumento, comienza a reflejar los estándares más amplios de la industria. Mientras que plataformas como Netflix continúan ofreciendo una experiencia con menor interrupción publicitaria, servicios como Hulu, Tubi y Paramount+ presentan una carga publicitaria más pronunciada. Con este ajuste, Prime Video se posiciona firmemente en un nivel intermedio, equiparando su volumen de publicidad al de otras plataformas premium. Es crucial señalar que, a pesar de este incremento, la carga publicitaria en los servicios de streaming sigue siendo considerablemente inferior en comparación con la televisión lineal tradicional, que suele exhibir entre 13 y 16 minutos de anuncios por hora. Este diferenciador mantiene al streaming como una alternativa con una menor saturación publicitaria para el espectador.

El aumento del inventario publicitario en Prime Video, resultado directo de esta duplicación de la carga, implica una mayor oferta de espacios para los anunciantes. Si bien un mayor inventario suele conducir a una reducción en los CPM (coste por mil impresiones), los compradores de publicidad aún no han observado caídas significativas, aunque anticipan que estas se materialicen en un futuro cercano. Actualmente, los CPM de Amazon Prime Video se sitúan en un rango medio en comparación con otras plataformas de streaming. Esta situación presenta una ventaja potencial para los anunciantes, ya que un entorno de puja con una oferta incrementada debería permitir a los compradores acceder a impresiones a precios más eficientes. La capacidad de escalar el gasto publicitario sin comprometer drásticamente la experiencia del usuario es un aspecto positivo que resalta en esta estrategia.

La posibilidad de que Prime Video reduzca sus precios entre un 10% y un 20% podría generar un desvío de la inversión publicitaria hacia su plataforma, un escenario atractivo en un entorno minorista donde los clientes buscan maximizar sus presupuestos. Una plataforma premium con tarifas más accesibles se convierte en una opción valiosa. Además, el aumento del inventario facilitará la segmentación de categorías de nicho a gran escala para los compradores de publicidad, permitiendo a los anunciantes aprovechar al máximo las capacidades de datos granulares que ofrece la plataforma orientada a la demanda de Amazon. Sin embargo, no todos los actores

de la industria están convencidos de que un mayor inventario sea la solución definitiva a los desafíos de Prime Video. Algunos argumentan que la principal barrera para muchos anunciantes no reside tanto en el precio como en la medición.

La dificultad para comparar el rendimiento de Prime Video con el de otras plataformas se debe a que Amazon realiza mediciones predominantemente dentro de su propio ecosistema, lo que complica la justificación de los CPM más elevados, especialmente cuando los resultados no pueden ser contrastados con otras fuentes. Asimismo, los compradores de publicidad están vigilando de cerca la posible degradación del rendimiento a medida que la carga de anuncios aumenta. Aunque unos CPM más bajos resultan atractivos, conllevan el riesgo de una disminución en la tolerancia del espectador, lo que podría derivar en una desconexión o una menor efectividad de los mensajes publicitarios. Si bien los efectos completos de este cambio en el mercado podrían tardar en manifestarse, la gestión rigurosa de los ingresos publicitarios por anunciante será un indicador clave para Prime Video de la verdadera efectividad de sus anuncios.

The Hollywood Reporter



MOVIE FEATURES

Battle of the Cool Kids: Inside the A24, Neon and Mubi Turf War

For the first time in years, there's a three-way brawl for the title of Hollywood's 'It' indie outfit.

By Mia Galuppo, Scott Roxborough June 12, 2025

After the Cannes Film Festival premiere for *Die My Love*, stars Jennifer Lawrence, Robert Pattinson and director Lynne Ramsay held court in the back of a Croisette-adjacent restaurant at the film's afterparty. As guests like Joaquin Phoenix, Charli XCX and Dakota Johnson shuffled in, one partygoer was stationed at the corner of the bar, barely looking up from his phone: Mubi chief content officer Jason Ropell.

For Mubi, like many other specialty outfits heading to the fest with an ability to buy, *Die My Love*, with its A-list cast, awards potential and selective auteur (it's Ramsay's first feature since 2017's *You Were Never Really Here*), was a priority. On the heels of a $1 billion valuation and a $100 million funding round headed by private equity firm Sequoia, Mubi landed the movie in a $24 million multi-territory deal.

This Cannes was the first with Mubi established as a true global player. In addition to *Die My Love*, Kelly Reichardt's *The Mastermind* — a '70s-set heist movie starring Josh O'Connor that premiered in Cannes competition — was Mubi's first fully

financed in-house feature. It was only last year that the London-based streamer picked up global rights to Coralie Fargeat's body horror movie *The Substance* for $12 million after original distributor Universal let go of the film. The movie was seen as a way of helping launch itself in North America. The plan worked better than even it could have anticipated, with $17 million at the domestic box office and five Oscar nominations, including for best picture.

"You have one *Substance* and all of a sudden you get every call for every fucking movie," says a U.S. agent whose talent works in the independent space.



Mubi CEO Efe Cakarel speaks during a keynote during SXSW London in June. Shane Anthony Sinclair/Getty Images

The company is now closing the gap between itself and A24 and Neon, with the three going head-to-head at more film festivals. But even if they are occasionally bidding for the same titles in Park City and Cannes (see Eva Victor's Sundance standout *Sorry, Baby*), Neon, Mubi and A24 represent three different futures of indie cinema. Even if they are increasingly getting lumped together by both the industry and consumers, their businesses are incredibly different, according to a dozen insiders working in the global independent market that talked to *The Hollywood Reporter*.

Tom Quinn's Neon has positioned itself as a curatorial powerhouse, a legendary "Palme d'Or whisperer" and purveyor of high-end horror. At this year's Cannes, Neon kept up its streak — six years and running — with its acquisition of Jafar Panahi's best picture winner *It Was Just an Accident*, one of a slate of awards season hopefuls nabbed on the Croisette, including Oliver Laxe's *Sirât* and Kleber Mendonça Filho's *The Secret Agent*.

Neon has shown with Bong Joon Ho's *Parasite* and Sean Baker's *Anora* that it knows how to navigate the Cannes-to-Oscar pipeline while also turning festival hype into box office gold. *Anora* earned more than $20 million domestically and grabbed the best picture statuette. But it wasn't so long ago that the company had an unfortunate one-two punch of *Ferrari* and *Origin*, splashy projects that ended with a combined $23 million at the North American box office and no major awards nominations.

Since then, the distributor has been on a hot streak. In addition to its awards contenders, it has homegrown horror thrillers like *Longlegs* and *The Monkey* (a combined $93 million, domestically). Neon, which acquired the Sundance genre standout *Together*, has told partners it is looking to lead the specialty horror space.

Then there is the upstart turned elder statesman of the group, A24. As one producer who works in the indie space puts it, "Neon and Mubi can run because A24 walked."

As of late, A24 has been acquiring fewer finished films as it continues to scale its in-house productions at an impressive clip. Its most recent valuation at $3.5 billion, following a secured a $250 million round in June 2024 led by a $75 million investment from Josh Kushner's Thrive Capital, has buoyed the efforts.

But worrying to some is A24's box office performance in the first half of the year. Genre titles like the Ayo Edebiri-fronted *Opus* ($2 million domestic) and the splashier Jenna Ortega-starring *Death of a Unicorn* ($12.8 million domestic) underperformed, as did the studio's attempt at the kid movie *Legend of Ochi* ($2.4 million domestic). There is also Danny and Michael Philippou's horror *Bring Her Back*, which netted $14 million in its first two weekends domestically, unlikely to catch up to the duo's first A24 title, *Talk to Me*, a Sundance acquisition that earned $48 million in North America. Of course, the company can mitigate financial windfalls with its rich output deals, like the pay-one agreement with WBD that sees A24 stream on HBO Max (née Max).

Further adding to the A24 anxiety in the specialty and art house space is the mini-major's more commercial lean. It's investing in bigger IP — there's an upcoming *Elden Ring* video game adaptation from Alex Garland — and potential franchises. It missed out on buying *Halloween* and *28 Days Later* but has a second *Talk to Me* coming and *Onslaught*, a chiller from *Godzilla vs. Kong* director Adam Wingard.

Nonetheless, multiple agents tell *THR* that directors still strive to have the A24 logo open their films. And the rest of its year is packed with potential, from Dwayne Johnson's *The Smashing Machine* to Timothée Chalamet's *Marty Supreme*, each from a Safdie brother.

"A24 opened up the space that we're in," one veteran indie film executive noted. "Even if they've moved beyond that space now and are a little bit more concerned with [more mainstream] films."

For anyone looking to divine where the other two outfits are hoping to expand, look no further than recent hires.



Neon CEO Tom Quinn at a CinemaCon panel in Las Vegas in April. Alberto E. Rodriguez/Getty Images

Scaling at a much more measured pace is Neon. The company, privately held by Dan Friedkin and Micah Green's 30West, secured a new $200 million credit line at the end of last year from a lending consortium led by Comerica Bank to provide it with sufficient capital to sustain its aggressive acquisitions. In Cannes, Neon named marketing maestro Ryan Werner of Cinetic Marketing its new president of global cinema. Werner's exact purview is unclear, but his appointment could mark a shift toward more international releasing.

Ahead of Sundance, Mubi hired longtime IFC Films president Arianna Bocco as its new senior vp global distribution. The indie exec has a lot of goodwill in the domestic space and is seen as a bolstering of further efforts to push into North America. In May, Mubi said it was launching a theatrical operation in Italy, with former Lucky Red exec Gabriele D'Andrea overseeing.

While Neon and A24 still do the majority of their exhibition business domestically, Mubi's scope is global. The company's primary business is still its international streaming service (the "Netflix for art house"), and when it buys titles, it buys for the world, or as much of the world as it can get. "Mubi is doing things differently, maybe because they're European, maybe because they're primarily a tech company," says one European producer with several films on the platform. "They are less focused on one territory than on building a global audience for these kind of movies."

It's likely that audience accounts for the true land grab.

“It’s the Letterboxd crowd,” one sales agent surmises. Put another way: each slate attracts self-proclaimed cinephiles.

Each actively courts that audience in its own way, usually with guerrilla tactics and internet-focused marketing efforts. A24 feeds the lore of its brand with a membership program that gives access to exclusive merch. Neon had a screening of *Anora* for sex workers and sold branded thongs. Mubi sponsors a 35-seat “microcinema” in East L.A.’s favorite revival house, Vidiots.

Despite competition, industry insiders see room for all to thrive. A Euro sales agent who deals with all three firms adds: “The hope is that they all succeed. The indie market needs more than one strong buyer and more than one strong model for the future.”

VARIETY

Jun 11, 2025 11:29pm PT

Italy's New Riviera-Set Series Festival Mixes Glamour, Global Drama, and a Dose of Controversy

Italian Global Series Festival makes waves with Kevin Spacey, Lena Dunham and 'The Bear'

By **Ben Croll**



"Too Much" (Courtesy of IGSF)

Launching later this month, the Italian Global Series Festival (IGSF) marks the long-awaited revival of the dormant RomaFictionFest, now with a spiffier, Riviera-side setting and a more ambitious remit. Running June 21–28 along the Adriatic beachfront between Rimini and Riccione, the revamped event signals more than a simple rebrand for a venerable TV showcase last seen in 2016.

“When Roma went dark, Italian drama lost its home,” says IGSF artistic director Marco Spagnoli. “We lost a place to spotlight our talent and connect creators from different backgrounds and storytelling traditions. In today’s fragmented, content-saturated world, a curated festival is more vital than ever—not just to champion great shows, but to foster real collaboration.”

Indeed, the original festival played a pivotal role in launching breakout Italian hits like “Gomorrah” and “The Mafia Kills Only in Summer,” while serving as a bridge between local talent and the international market. After winning best new series in 2015, “The Man in the High Castle” showrunner Frank Spotnitz formed ties that led to co-productions such as “Medici” and “Leonardo” —ties that now bring him back as a guest of honor and juror for IGSF’s inaugural drama competition.

Even in the absence of a flagship showcase, Italy’s audiovisual sector has continued to boom, with the value Italian original titles growing at an average annual rate of 11.6% since 2017 and surpassing €2 billion in total value by 2023. Meanwhile, Rome’s MIA Market—originally launched as an extension of RomaFictionFest’s industry arm—has evolved into a major international event each fall. That experience informs IGSF’s new blueprint, with many of the same players behind the scenes.

“This isn’t some upstart initiative,” says Spagnoli, who also serves as MIA’s deputy director. “That’s exactly why we’re focused on collaboration, not competition. Italy already has four major film festivals—we don’t need to treat each other as rivals. What we don’t have is anything like New York or Toronto, where audiences and industry alike can preview the upcoming TV season. Our idea is simple: if you’ve got something good, show it.”

This year’s edition will spotlight 61 series from 25 countries, including 32 titles in international competition across drama, comedy, and limited series formats. The lineup features 14 world premieres, including “Bookish” from “Sherlock” co-creator Mark Gatiss, Movistar Plus+’s “Los Sin Nombre” starring Milena Smit, and Prime Video’s spy thriller “The Assassin” with Keeley Hawes and Freddie Highmore.

Lena Dunham’s Netflix rom-com “Too Much” will screen as a special event out of competition, while “Ironheart” and “The Bear” season four will premiere simultaneously with their streaming release on Disney+.

Guests and honorees range from Evangeline Lilly, Steven Moffat, Dean Norris, Bille August, and Katheryn Winnick to Italian heavyweights like Marco Bellocchio, Valeria Golino, and Alberto Barbera, who will take part in a conversation series titled Masters of Storytelling.

Just don't expect many of them to drop in for a quick photo-op, as the organizers have reimagined the Rimini and Riccione-based festival to impart a more unhurried atmosphere. "People need time," says Spagnoli, noting that the beachfront setting and local infrastructure naturally invite a slower pace.



'The Assassin'

"Too often, festivals are shaped by the constraints of money and scheduling. It's so expensive to fly talent around that they're shuttled in and out in a matter of hours. We try to avoid that. We want people to stay [for longer stretches] to share ideas and make connections. People from across the industry all need space to think, to talk, and to meet others. Hopefully they'll do so here."

To that end, IGSF has made accessibility a top priority—keeping events free and open to the public, aligning the schedule with a national summer holiday week, and asking all guests to make themselves available to the press. That includes more polarizing figures like Kevin Spacey, who will receive the festival's Maximo Excellence Award and participate in what's expected to be his most extensive media engagement in years.

"Spacey will take all the questions," Spagnoli says. "We'll see how he handles them. He's never done a similar Q&A or masterclass, so this could be interesting."

While acknowledging that the decision sparked "some reservations," Spagnoli underscores that the award is retrospective, and stresses it would not have been considered had Spacey not been acquitted or if any charges were still pending. "Perception of him in Europe is still very different from in the U.S.," he adds. "As a

festival, we try to recognize talent—just as we do in other cases. It's compelling to see how people navigate adversity. If he's truly changed, let him prove it. Awards should be useful."

Still, he knows the move will draw attention. "Sometimes you have to take bold actions," he says. "We're not afraid of controversy, and have also programmed plenty of series that are provocative, strange, or challenging. I like to say we're rebels with a cause."

VARIETY

GLOBAL

Italian TV Fest Shines Global Spotlight on Local Series

Backed by strong institutional support, the festival aims to create Emmy equivalent for Italian sector

By **Ben Croll**



"The Law According to Lidia Poet" (Courtesy of Netflix)

Organized by Italy's Audiovisual Producers Association (APA) in collaboration with the Ministry of Culture and SIAE (the Italian Society of Authors and Publishers), the Italian Global Series Festival (IGSF) is designed to welcome international productions and talent while establishing globally oriented frameworks for the domestic industry.

The initiative marks a major step forward for the Italian television sector, building on the momentum generated since the last edition of RomaFictionFest in 2016.

"Italy has finally moved beyond viewing television as cinema's poor cousin," says Chiara Sbarigia, president of both APA and Cinecittà. "The quality of our series deserves cultural recognition, which is why the IGSF has been reborn. The festival will play a crucial role in putting Italian TV production in the global spotlight."

To that end, the inaugural edition will feature two competitive tracks: international productions will vie for jury-awarded prizes across comedy, drama, and limited series categories, while Italian series—beginning next year—will follow a guild-driven model as they compete for the soon-to-be-launched Maximo Prize.

Carried over from the original RomaFictionFest, the Maximo Prize takes its name from a small golden statue bearing a typical name from ancient Rome as an homage to the festival's roots in the capital. The guild-based approach will be equally central to the prize's identity, with organizers aiming to establish it as Italy's premier television honor, on par with the David di Donatello for film, and internationally with the Emmy or BAFTA.

"We don't currently have a prize dedicated specifically to television series in Italy, so it's important for us to make a global statement," Sbarigia explains. "With the Maximo, we want to introduce a new foundation and create a new prize that signals our presence and significance—and helps share that message with professionals around the world. We need to celebrate our work."



'Sandokan' Credit: Erika Kuenka

This year's Italian competition lineup offers a strong showcase of standout local productions, including Netflix's historical drama "The Law According to Lidia Poët," starring Matilda De Angelis; the latest season of HBO's "My Brilliant Friend;" and several high-profile Sky Atlantic originals, among them the much-lauded limited series "The Art of Joy"—winner of three David di Donatello awards, perhaps due to the lack of a more tailored honor—and Joe Wright's "Mussolini: The Son of the Century," which premiered in Venice and was recently picked up by Mubi for North America.

Looking ahead, the festival will host the world premiere of the first two episodes of the Milan-set hip-hop series “Hype,” screening out of competition. It will also spotlight four upcoming Italian productions through panels and special presentations as part of a dedicated national showcase. Among the highlights is “Sandokan,” a high-profile reboot of the cult 1970s series that follows a swashbuckling pirate as he battles colonial powers in Southeast Asia.

Led by Ed Westwick and Turkish star Can Yaman, the Lux Vide-produced event series reimagines a show that, for many, holds near-mythic status. IGSF artistic director Marco Spagnoli likens “Sandokan” to a generational touchstone. “Who would have thought that, 50 years later, I’d be seeing those first images again—this time in a context I helped shape,” he says. “For me, ‘Sandokan’ is like ‘Star Trek:’ something iconic, enduring, and deeply meaningful to so many.”

The festival is embracing a similar crossover strategy with select local invitees, welcoming director Paolo Genovese—whose 2016 David di Donatello winner “Perfect Strangers” has set a world record as the most internationally remade film of all time (24 versions and counting, with a long-promised U.S. adaptation still in development)—alongside legendary composer Giorgio Moroder, a three-time Academy Award winner often hailed as the father of disco.

“Forgetting to invite the maestro would have been the end of my career,” Spagnoli laughs.

VARIETY

Jun 12, 2025 1:33am PT

‘Anime is Niche No More’: Crunchyroll EVP Mitch Berger Teases 2025 Slate at Annecy

Berger, Crunchyroll’s EVP global commerce and head of theatrical, led an Annecy audience through Crunchyroll’s growth and diversification

By **Kevin Giraud**



'Metalic Rouge' Credit: Crunchyroll

Crunchyroll, a global anime brand and streaming service that recently topped 17 million subscribers, is consolidating ever more as a major entertainment player.

As its platform now boasts the largest of dedicated anime libraries, Crunchyroll teams dedicate their energy to reaching new audiences via an immersive world of events, exciting theatrical releases, unique games, must-have merchandise, timely news, and more.

Ahead of the simultaneous gigantic anime events that are Anime Expo in L.A. and Japan Expo in Paris, Crunchyroll's presence at Annecy is impossible to miss. From Bonlieu's main venues pillars with "Demon Slayer" garments to Crunchyroll animes presented at the festival, the company is showcasing to professionals, students and animation enthusiasts alike their global hits as well as their new strategy.

"Anime is niche no more," said Crunchyroll EVP of global commerce and head of theatrical Michel Berger as he introduced an Annecy Crunchyroll Studio Focus 2025 – a presentation that highlighted anime's meteoric growth and how Crunchyroll has fuelled that growth.



Mitch Berger

"Every time I'm able to come to Annecy, I truly feel at home," he emphasized. "It's an event and festival that not only embraces and celebrates the art of animation, but it's part of everyone's DNA."

For Berger, anime – which has had to free itself from the same "genre" etiquette animation still has in some circles – is a unique storytelling medium that speaks to fans worldwide, powered by dynamic characters, stunning visuals and amazing new worlds that make a really emotional connection with an ever-growing audience.

According to Crunchyroll's EVP, anime fandom will reach at least 1.5 billion by 2030, even without including Japan and China. And Berger isn't just looking into his crystal ball; he brought data to back it up.

Surveying nearly 29,000 respondents from ages 13-54 in seven global markets, the latest Crunchyroll study —conducted by National Research Group (NRG)— underscored anime's growing role as both a cultural foundation and emotional outlet for younger audiences.

According to the study, anime now stands shoulder to shoulder with the biggest icons in music and sports among Gen Z. 54% of Gen Z make their love for anime known, putting it ahead of Kendrick Lamar (48%), nearly on par with Beyoncé (56%), and just behind LeBron James (59%) and Taylor Swift (60%).

The connection is even stronger among teens, with nearly 60% of 13–17-year-olds identifying as anime fans. 44% of general entertainment consumers from 13 to 54 identify as anime fans, surpassing —per Berger— other global genres like K-dramas and Bollywood, with regional nuances indicating emerging growth in markets such as the United Kingdom.

Furthermore, social media platforms like TikTok, Instagram, and YouTube have transformed anime discovery and engagement. According to the study, 82% of fans discuss anime socially, with clips and reels now serving as Gen Z's primary discovery gateway.

"Anime isn't just something our audience watches", added Berger. "It's something they feel."

With a four quadrant global fandom more and more diverse, anime faces a growing demand for stories that reflect a wide range of populations – including strong female leads, LGBTQ+ characters and narratives that can appeal to global audiences.

The same worldwide fans who cast their vote a few weeks ago for the Crunchyroll Anime Awards, hailed by New York Magazine as "the Oscars of Anime," this year, more than 51 million votes were cast, concluding in a Tokyo-based ceremony that fans could also watch online. "Solo Leveling," a Crunchyroll-Aniplex-backed project produced by A-1 Pictures, took away Anime of the Year.

Crunchyroll is now looking to expand its experience to offer their subscribers and fans more than just something to watch. From standalone games to music, collectibles, immersive events, and theatrical releases.

Theatrical is a dear topic to Berger. Coming out of COVID, Crunchyroll put "Demon Slayer: Mugen Train" into theaters and made over $500 million at the global box office, a theatrical run holding today the record as the highest-grossing Japanese anime movie of all time. And —according to Berger— the momentum continues to grow as younger audiences love anime as much as they want to experience it together.

Earlier this week, Crunchyroll and Sony Pictures International announced they had acquired select international theatrical rights for the compilation film "Jujutsu Kaisen: Hidden Inventory (Premature Death – The Movie")

This beloved TV series —animated by award-winning "Attack On Titan" studio MAPPA— turns into a cinematic experience that will delight fans all over the world this summer, powered by Crunchyroll in select European markets, Latin America and Australia.

In the U.S., GKIDS releases the film on July 16.

Berger concluded his presentation by sharing footage from the upcoming "Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba – The Movie: Infinity Castle". The film is scheduled to be released by Aniplex and Toho on July 18, 2025, in Japan. Crunchyroll will distribute the film in international markets through Sony Pictures Releasing, hitting U.S. theaters on Sept. 12.

Should Hollywood execs "Forget Tom Cruise and Nicole Kidman" and rely on anime to save the box office, as Washington Post reporter Sonny Bunch suggested three years ago? Crunchyroll teams definitely think so.



'Anne Shirley' Credit: Crunchyroll

Two of Crunchyroll's anime are represented in the TV Films category at Annecy this year. "Metallic Rouge", a sci-fi action-packed series created by "My Hero Academia" production company Bones, is competing alongside beloved adaptation "Anne Shirley", based on the late 1900s novel series "Anne of Green Gables" by Lucy Maud Montgomery.

The full NRG Crunchyroll study is available here.

VARIETY

Jun 12, 2025 7:00am PT

‘Thunderbolts*’ Lost Millions of Dollars Despite Great Reviews. Where Does Marvel Go Next?

By **Rebecca Rubin**



Days after “Thunderbolts*” hit the big screen, Disney CEO Bob Iger was feeling celebratory. He publicly touted the comic book adventure as the “first and best” example of Marvel’s new movie strategy, referring to the film’s positive reception from audiences and critics. And what a relief, following a bumpy few years and a string of poorly reviewed misfires in the franchise.

Six weeks later, “Thunderbolts*” has cratered at the box office. With $371 million globally, it’s one of the lowest-grossing installments in all of Disney’s Marvel Cinematic Universe. If this is the second coming of Marvel, the superhero empire might need another reboot.

“Marvel’s calculus has changed,” says Shawn Robbins, Fandango’s movie analytics director. “We’re in a new era where not every Marvel movie is going to hit $1 billion.”

Since the MCU’s inception with 2008’s “Iron Man,” Marvel has been Hollywood’s most consistent hit maker. It’s also the highest-grossing film franchise in history, with $31 billion across 36 films. A billion dollars per movie shouldn’t be a barometer for success. But before COVID scrambled things, even less-beloved installments were guaranteed a certain level of box office. Pre-pandemic, 19 out of its 22 films at least cracked $500 million globally. Since then, the once-Teflon brand has struggled with commercial consistency. Starting in 2020, just six out of 13 films have reached the half-billion benchmark.

At least February’s “Captain America: Brave New World” and 2023’s “The Marvels” and “Ant-Man and the Wasp: Quantumania” could blame their disastrous grosses on terrible reviews. “Thunderbolts*” had enthusiastic word-of-mouth but is yet to climb out of the red, suggesting there’s a new ceiling for superhero movies that aren’t based on marquee characters.

A diminished global marketplace and oversaturation of superhero stories on the big and small screen are partly responsible for the decline. Audiences’ habits and tastes also have shifted: This year’s biggest blockbusters have been kid-friendly films like “A Minecraft Movie” and “Lilo & Stitch” or original fare such as “Sinners.”

“These lower-tier comic book movies aren’t cinematic slam dunks anymore,” says Exhibitor Relations analyst Jeff Bock. “‘Thunderbolts*’ wrapping up after just a month in theaters is also a concern. These films aren’t legging out like previous iterations.”

It’s coming at an inflection point for the MCU. After inundating viewers with complex, interconnected stories across film and television, Marvel is intentionally slowing down to focus on quality over quantity. Is there an incentive to back stand-alone stories that are no longer safe bets? Or will the studio only greenlight sure things, à la the Avengers or Spider-Man?

After July's "The Fantastic Four: First Steps," another cinematic introduction of sorts, Marvel seems to be embracing a go-big-or-go-home mentality. The upcoming calendar is populated only by heavy hitters with hefty budgets: "Avengers: Doomsday" and "Spider-Man 4" in 2026 and "Avengers: Secret Wars" in 2027. An untitled film is set for July 2027, and "X-Men" and "Black Panther" movies are in the works. But other projects that focus on one character, like "Blade," have been stuck in protracted limbo.

What's been working for the MCU is major team-ups like 2021's "Spider-Man: No Way Home" ($1.9 billion) and 2024's "Deadpool & Wolverine" ($1.33 billion), or sequels to series-within-a-series such as "Doctor Strange in the Multiverse of Madness" ($955 million), "Thor: Love and Thunder" ($760 million), "Guardians of the Galaxy Vol. 3" ($845 million) and "Black Panther: Wakanda Forever" ($859 million).

Marvel used to thrive on the unfamiliar. When Kevin Feige was assembling a cinematic universe in the early aughts, X-Men and Spider-Man, Marvel's best-known characters, had been licensed to other studios. Yet he created an enormously popular property by introducing Iron Man and Thor in stand-alone adventures and then bringing them together for "The Avengers." Those victories emboldened Feige to place bets on dicier comic book propositions such as "Guardians of the Galaxy," which paid off spectacularly and expanded the franchise. But after too many confusing spinoffs and lackluster sequels, audiences seem less invested in new additions to Earth's Mightiest Heroes.

Robert Downey Jr. can't return each time the MCU lands in dire straits. (He'll be back as the villainous Doctor Doom in "Avengers: Doomsday.") If the studio wants to replenish the well with new vigilantes, it needs to spend less on origin stories. But belt tightening is getting harder as the cost of everything — from actors' pay to visual effects to catering — has drastically risen. And turning these movies into can't-miss events requires huge promotional dollars for globe-trotting press tours and premieres.

Marvel reined in spending on "Thunderbolts*," aware that its characters hailed from the pandemic-hobbled "Black Widow" and underseen Disney+ series. Typically, the studio's tentpoles cost $200 million to $250 million to produce and another $120 million to $140 million to market. "Thunderbolts" was slightly cheaper, costing $180 million to make and closer to $100 million to market.

"Studios are working hard to bring the high-end budgets down," says David A. Gross, an analyst with Franchise Entertainment Research. "We're going to see less over-spending than the years after the pandemic."

Still, "Thunderbolts*" needed to make $425 million worldwide to break even, a figure that seems unachievable. Marvel is unique because it isn't as encumbered as rivals by the profits or losses of single films.

The company can recoup some costs through Disney+ and other home entertainment markets, to say nothing of the massive revenue streams from merchandising, theme parks and cruises.

And every film between “Avengers” installments can be viewed as a marketing tool. Case in point: Disney revealed the motley crew of reformed baddies in “Thunderbolts*” will return in “Avengers: Doomsday.” If audiences missed that chapter, they can always catch up on Disney+.

WRAP.PRO

LGBTQ Movies Hit 3 Year low in Hollywood, Study Says

GLAAD's 13th annual Studio Responsibility Index also says that Netflix's "Emilia Pérez" is a "case study in what not to do"



Katy O'Brian and Kristen Stewart in "Love Lies Bleeding" (Credit: A24)

With films including "Love Lies Bleeding" and "Queer," A24 was the only studio to earn a "good" grade from GLAAD for its 2024 slate

On Wednesday, the advocacy group released its annual Studio Responsibility Index. The study hands out "pass" or "fail" grades to individual movies based on whether they have essential and non-stereotyped LGBTQ characters. (Aka the Vito Russo test, so named after the late "Celluloid Closet" author and activist.) The index also rates studios as a whole which are graded on a six point scale: Excellent, Good, Fair, Insufficient, Poor or Failing.

No studios received an "excellent" rating, the top of the SRI scale. After A24's "good" rating, Amazon and NBCUniversal received a "fair" rating, while all other studios received a "poor" or "insufficient" rating.

Despite receiving 13 Oscar nominations, the Netflix musical “Emilia Pérez” was slammed as “a case study in what not to do when it comes to trans storytelling.” GLAAD called the streamer’s decision to buy and heavily promote the film, which is about a Mexican cartel boss who becomes a trans woman, “extremely disappointing,” and shows “just how much more education needs to be done with Hollywood film executives.”

Overall, queer films dipped to 23.6% of films across major studio releases, a statistic that GLAAD President & CEO, Sarah Kate Ellis said was a “wake-up call to the industry.”



Karla Sofía Gascón in "Emilia Perez" (Netflix)

Ellis said in a statement, “At a time when LGBTQ people are facing unprecedented attacks in politics and news media, film must be a space for visibility and truth. Representation isn’t about checking a box — it’s about whose stories get told, whose lives are valued, and creating worlds that mirror our own society today.”

The report analyzed nine major studios besides A24: Amazon, Apple TV+, Lionsgate, NBCUniversal, Netflix, Paramount Global, Sony Pictures Entertainment, Disney and Warner Bros. Discovery, including their subsidiary distribution labels and majority-owned streaming services.

Among the films that passed the Vito Russo Test were Paramount’s “Mean Girls,” Amazon’s “My Old Ass,” Focus Feature’s “Drive-Away Dolls,” Apple’s “Fancy Dance,” Disney and Hulu’s “Prom Dates” and Netflix’s “Good Grief.”

Ariana Grande and Cynthia Erivo in "Wicked" (Photo: Universal Pictures)

The alliance praised Netflix’s BAFTA-winning trans documentary “Will and Harper,” but noted they do not include documentaries when preparing their yearly report.

Ridley Scott's "Gladiator II," which strongly implied that Denzel Washington's Roman politician enjoyed the company of men as well as women, was singled out for not embracing the subtext, and "the contentious media cycle" where Washington said a scene where he kissed a man was cut, while Scott denied that a scene like that had ever been filmed.

The Hollywood Reporter

BUSINESS NEWS

SAG-AFTRA Suspends Strike Against Video Game Companies, Paving Way for Return to Work

The union had taken a stand on artificial intelligence, among other concerns, as it looked to advocate for voice and performance capture workers.

By Erik Hayden June 11, 2025 12:08pm



SAG-AFTRA's chief negotiator Duncan Crabtree-Ireland.

After nearly a year on strike against major video game companies, SAG-AFTRA has worked out the details of a suspension agreement to allow its performers to return to work for the major studios as its negotiating team readies the terms of a tentative new contract.

The national board of directors of the union will meet on Thursday to go over the agreement and if it is cleared it will be sent out to its members for ratification. The contract details have not yet been disclosed, as far as the specificity of the gains for voice and performance capture workers.

SAG-AFTRA Reaches Tentative Contract Deal With Video Game Companies After Nearly a Year on Strike

“Patience and persistence has resulted in a deal that puts in place the necessary A.I. guardrails that defend performers’ livelihoods in the A.I. age, alongside other important gains,” stated SAG-AFTRA chief negotiator Duncan Crabtree-Ireland upon unveiling the tentative deal late on June 9.

Added SAG-AFTRA president Fran Drescher, “Our video game performers stood strong against the biggest employers in one of the world’s most lucrative industries. Their incredible courage and persistence, combined with the tireless work of our negotiating committee, has at last secured a deal. The needle has been moved forward and we are much better off than before.”

Struck companies — the picketing started last July 26 — had included gaming giants like Activision, Disney Character Voices, Electronic Arts, Epic Games, Formosa Interactive, Insomniac Games, Take 2 Productions and WB Games Inc.

At the time the strike was called, SAG-AFTRA framed the move by saying that pay hadn’t kept pace with inflation and that it had multiple issues of contention with gaming companies’ use of AI in the contracts of performers who make money using their voices and/or likenesses. That included digital replicas of performers’ voices that could be reused or manipulated by the companies for further vocal performances.

The 320-day video game strike went on far longer than the union’s well-publicized stand against the major Hollywood movie studios in 2023. That actors strike lasted 118 days.

A rep for the video game producers negotiating with SAG-AFTRA added some detail on what the tentative contract includes. “This agreement builds on three decades of successful partnership between the interactive entertainment industry and the union,” stated Audrey Cooling, a spokesperson for the game companies. “It delivers historic wage increases of over 24% for performers, enhanced health and safety protections, and industry-leading AI provisions requiring transparency, consent and compensation for the use of digital replicas in games.”

WRAP.PRO



PRO

The State of Social Media: Instagram and Facebook Still on Top Despite Rise of TikTok

The social network led by Meta CEO Mark Zuckerberg has 2.11 billion monthly active users



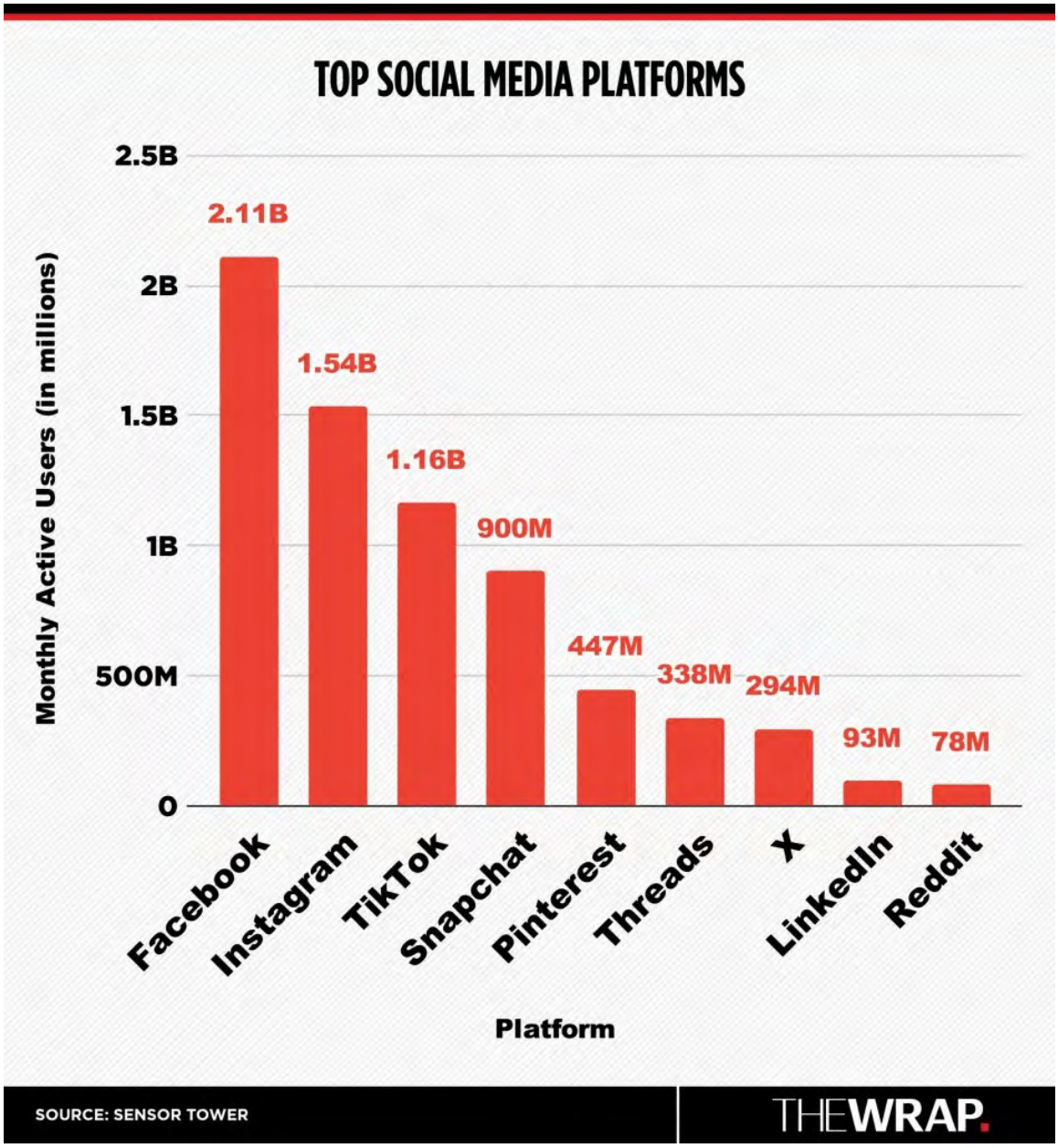

Tess Patton and Sean Burch June 11, 2025 @ 6:00 AM

Facebook may be the butt of cliché jokes as a place for someone's uncle to share their political takes and family photos, but it remains the dominant social media platform. And while TikTok is the cool kid with lots of young adopters, it still has only half the user base of its less-cool rival.

The social network led by Meta CEO Mark Zuckerberg, has 2.11 billion monthly active users globally, per new data shared by Sensor Tower. The data, covering the state of social media as the midpoint of 2025 approaches, looks at the platforms that have become household names in recent years, as well as how newcomers like Letterboxd and Lemon8 are performing; more on those in a moment.

By contrast, TikTok has 1.16 billion active users, according to Sensor Tower.

Beyond Facebook, Meta also has bragging rights as the parent company of the second largest app on the planet as well, with Instagram topping 1.5 billion monthly users by the end of May.



Meta's Q1 2025 earnings reported aggregate metrics, covering Facebook, Instagram, WhatsApp and Messenger.

Facebook and Instagram's combined dominance in the online ad market drove Meta to $42.3 billion in first quarter sales — up 35% earlier from a year prior — and has helped the company fund other ventures, like its artificial intelligence division, which is still losing billions of dollars each quarter.

According to data from Statista, Meta's Instagram and Facebook have grown 5.5% and 4.3% respectively, year-over-year since February 2024. TikTok has grown by 2% — at a lesser rate than its competitors. Of the major platforms, LinkedIn had the most substantial year-over-year growth rising 17.1% since last February. X, however, has seen a decline in monthly active users of 5.3% in the past year as competing apps try to steal business from Elon Musk to become the new social media town square.

Meta's social media dominance faces its stiffest competition from TikTok. ByteDance, the Beijing-based parent company of the popular app, has been reticent to share its global user count, but Sensor Tower data shows TikTok has hit 1.16 billion monthly active users.

ByteDance has been more forthcoming with its performance in the U.S., reporting that TikTok has 170 million monthly users as it argues for the app to remain in the States. The platform has been in a perpetual state of limbo since mid-January, when the app was set to be banned unless ByteDance divested from its American business.

That has not happened yet, and President Trump has signaled he will grant the app yet another 75-day extension to reach a deal. The chief concern U.S. lawmakers had with the app is that it could double as a spyware tool for China's communist government, as Chinese law requires ByteDance to share information with authorities if they are asked to do so.

According to data from DemandSage, TikTok has held steady during this uncertain period, growing about 2% from 1.56 billion MAUs in Q1 of 2024 to 1.59 billion in Q1 of 2025. The app saw a sharp increase of 33% in MAUs in 2023, according to DemandSage, rising from 1.05 billion to 1.56 billion in just one year.

Natalie Park, a lifestyle influencer with more than 125,000 followers across social platforms, told TheWrap her content did not take off until she started leaning into what TikTok was organically pushing. After posting since the pandemic, the creator has seen a strong uptick in performance and retention by honing her own niche and curating a dedicated fan base.

"They're just really good at adjusting and figuring out how to keep people hooked," she said, comparing the short form video app to addictive games like Candy Crush. "The algorithm learns you so well that it knows exactly what you want to see and what content will click in your brain. That's why they've been able to keep such a high retention and growth."

There are a few other interesting points to consider when looking at the social media heavyweights:

- **Snapchat** has a formidable user base, with 900 million people using the app to send pictures, videos and messages each month; but the app, led by CEO Evan Spiegel, has struggled to monetize its audience since going public in 2017. Snap Inc.'s stock is down 40% in the last year, and Guggenheim analyst Michael Morris gave the company a neutral rating in a note to clients last week. He said he expects healthy growth in the second quarter, but the "majority of growth" will come from outside the U.S., where it has a harder time with ad sales.
- **Musk versus Zuckerberg:** Threads, an X rival that is an offshoot of Instagram, has surpassed Elon Musk's social media platform in terms of monthly users, according to Sensor Tower. Threads has 338 million global users — 44 million more than the platform Musk bought in 2022. In terms of breaking news, X still looks to be the place to go to, as the traffic surge tied to last week's Musk-Trump feud indicates.
- **Sales per user:** There is a clear separation in how much Meta makes per user when compared to the other publicly traded platforms. Meta — which said earlier this year 3.98 billion people use at least one of its apps between Facebook, Instagram, Threads and WhatsApp each day — made $10.63 per user in the first quarter. The other platforms are still working to get close to that level. Snap Inc. reported $1.36 billion in first quarter revenue, which translates to $1.51 per Snapchat user; Pinterest's first quarter sales of $855 million was equal to $1.91 per user; and Reddit, which made its Wall Street debut last year, reported $392.4 million in revenue between January and March — which comes out to about $5 per user.

On this front, TikTok is the wild card. ByteDance does not report its quarterly sales, but Bloomberg reported last month the company projects the app will generate $186 billion in revenue this year.

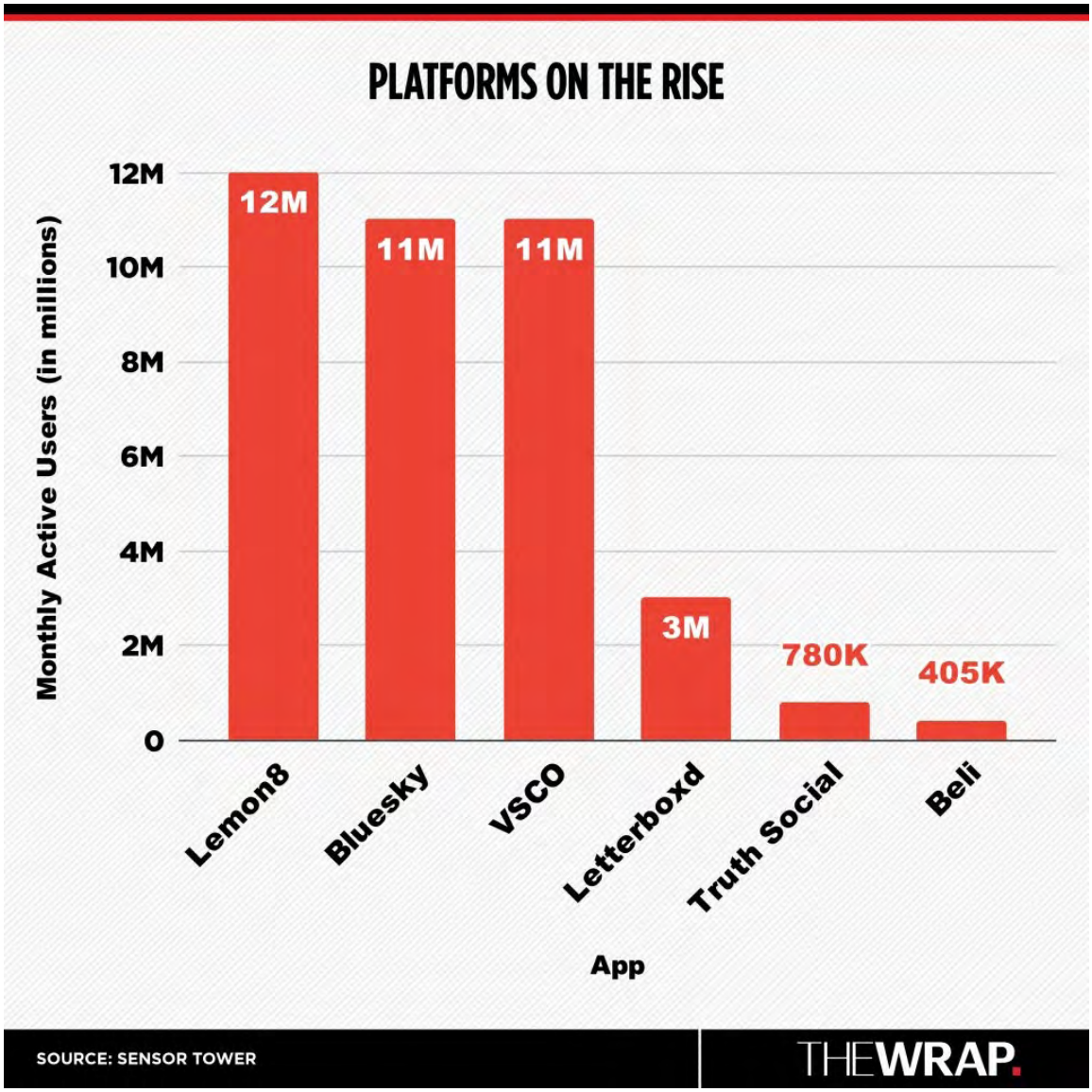
That would come out to $46.5 billion per quarter on average in 2025 — and would indicate TikTok is on pace to match or even surpass Meta's annual sales. It would also translate to about $40 per TikTok user in sales, which would easily lap the field. That projection could not be independently verified by TheWrap.

New kids on the block

While platforms like Meta and TikTok have captivated a large portion of the global audience, there is still room in the marketplace for newer platforms.

TikTok's sister app Lemon8 has quickly gained traction after launching in February 2023, growing from 8.6 million MAUs in Q4 of 2024 to 11 million as of May 2025. The Pinterest-meets-short-form-video social network focuses on lifestyle content, but

some users said that the app felt redundant with content originally posted on the other ByteDance platform. However, if the TikTok ban goes into effect, ByteDance may rely on this backup plan more than they anticipated.



Another rising platform is Jay Graber's Bluesky. Since Musk's 2022 acquisition of Twitter, his renamed platform X has lost a fifth of its monthly active users, dropping from 368 million in 2022 to 294 million halfway through 2025. Though Threads got a boost from being in the Meta family (gaining over 30 million users in its first 24 hours), Bluesky has become a new haven for online political conversation. But despite a surge after Trump's election, Bluesky is still dwarfed by X and Threads – with only 11 million users.

Truth Social, the app launched by President Trump in 2022 as an alternative to Twitter, remains a sub scale niche platform. The app just enjoyed its best traffic day ever last week, amid the digital war of words between Musk and the president, but its user base remains tiny in comparison to X and similar platforms — just 780,000 users by the

end of May, according to Sensor Tower data, which reflects a 95% increase in users year-over-year. The app is not generating much money, at least for now; Trump Media & Technology Group, the app's parent company, reported a meager $821,000 in first quarter sales.

Other apps like Letterboxd, VSCO and Beli rely on their niches to build a dedicated audience. The app for film lovers, Letterboxd, has made a name for itself by leveraging its Top 4 feature on every profile, where users share their four favorite films. A daily diary allows cinephiles to log and rate each movie they watch, and for other users to comment on those reviews.

The app has gained a substantial following in the entertainment industry. Today's top talent sees the three-circle logo on the red carpet and knows exactly what question they will be asked. And the app has its own social media following, with over 3 million followers across platforms.

Beli has similarly leaned into its niche of foodies. The app has a small but mighty following among Gen Z users, eating their way through their respective cities.

"I don't care if it's an influencer or a stranger's," 23-year-old Beli user Maggie Torstrick told TheWrap. "I'm equally likely to listen to their review. There's no popularity."

Park says the key to this platform's success is its organic cross-promotion on competing social media platforms.

"Their app is all about ranking. They rank restaurants, like the best pasta spot, the best ramen spot, within their TikToks," she explained. "They don't really talk about the app itself and what it does on their social media. They just focus on restaurant recommendations."

As mainstream social media platforms like Instagram and TikTok reward specialization from creators and capitalize on niche markets, there's more room for apps that capture a narrower audience.

La Verdad de Cartagena

11 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 47
AVE: 234 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7561
OTS: 74000
SECCIÓN: CULTURAS



EN BREVE

CINE

La actriz Milena Smit repite con Almodóvar

LV. Pedro Almodóvar rueda estos días 'Amarga Navidad', protagonizada por Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Quim Gutiérrez y la murciana-ilicitana Milena Smit, con la que ya trabajó en la película 'Madres paralelas' (2021). Este nuevo largometraje del director manchego llegará a los cines en el año 2026 de la mano de Warner Bros. Pictures Spain, y cuenta también con la colaboración de Movistar Plus+. El largometraje narra la historia de Elsa, que es una directora de publicidad cuya madre muere durante un largo puente del mes de diciembre.



Milena Smit durante el rodaje de 'Amarga Navidad'. **EL DESEO / IGLESIAS MAS**

Diario de Avisos

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 1952 €
ÁREA: 376 CM² - 61%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7243
OTS: 33000
SECCIÓN: TIEMPOLIBRE

11 Junio, 2025



Almodóvar rueda 'Amarga Navidad' entre Madrid y Lanzarote

Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia y Aitana Sánchez-Gijón encabezan el reparto del film, en el que también figuran Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez

EFE
Madrid

Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia y Aitana Sánchez-Gijón protagonizan la nueva película de Pedro Almodóvar, *Amarga Navidad*, que se ha empezado a rodar entre Madrid y Lanzarote para su estreno en 2026, según informó ayer la productora del cineasta manchego, El Deseo. *Amarga Navidad* llegará a los cines de la mano de Warner Bros. Pictures Spain, y cuenta con la colaboración de Movistar Plus+.

Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez completan el reparto protagonista de este largometraje del director, el vigésimocuarto de su carrera, en el que vuelve al español tras rodar en inglés *La habitación de al lado*, con Julianne Moore y Tilda Swinton, en 2024.

Los principales intérpretes de esta película ya han trabajado antes con Almodóvar. Así, Bárbara Lennie repite como *chica Almodóvar* tras *La piel que habito* (2011). Ayer el productor Agustín Almodóvar compartió en sus redes sociales una fotografía de la actriz junto a su hermano. En el caso del argentino Leonardo Sbaraglia, tuvo un papel en *Dolor y Gloria* (2019), mientras Victoria Luengo trabajó en *La habitación de al lado* (2024). Por su parte, Aitana Sánchez-Gijón y Milena Smit se pusieron a las órdenes del director español en *Madres Paralelas* (2021).



DEBUTANTES

Se estrenan en este universo Patrick Criado (que coincidió con Luengo en *Antidisturbios*) y Quim Gutiérrez, aunque este último trabajó en *Mentiras pasajeras*, una serie producida por El Deseo, de los hermanos Pedro y Agustín Almodóvar.

La nueva película desarrolla cómo la vida y la ficción están unidas de un modo indisoluble, incluso doloroso en ocasiones. Según la sinopsis, Elsa (Bárbara Lennie) es una directora de publicidad cuya madre muere durante un largo puente del mes de diciembre. Encuentra refugio en el trabajo, aunque es más bien una huida hacia adelante. Trabaja sin parar y, sin darse cuenta, no se concede el tiempo necesario para guardar el duelo por la ausencia materna.

Hasta que una crisis de pánico la obliga a detenerse e imponerse un descanso. Su pareja, Bonifacio, es su tabla de salvación en esos momentos de crisis. Elsa decide viajar a la isla de Lanzarote acompañada por su amiga Patricia, que también necesita alejarse de Madrid, mientras que Bonifacio se queda en la ciudad.

EL GUIONISTA

La historia de estos tres personajes, y algunos más, se narran paralelamente a la del guionista y director de cine Raúl Durán (Leonardo Sbaraglia), entremezclando ficción y realidad. "Siempre me ha interesado la relación de la ficción y la vida. Por fin he conseguido que sea una parte orgánica de la trama", manifestó Sbaraglia, que da vida al personaje del cineasta mientras escribe a máquina en la escena en vídeo proporcionada a los medios. También aparecen otras imágenes que aparentemente representan un *casting*, una escena en la que Lennie lee un libro y otra de Patrick Criado con lo que parece ser un casco de bombero.

PEDRO X JAVIS

Movistar Plus+ estrena este mes la serie documental *Pedro x Javis*, un homenaje a Pedro Almodóvar a cargo de Javier Calvo y Javier Ambrossi. A lo largo de tres episodios, *Amigas y madres*, *Ley y deseo* y *Muerte y cine*, la producción repasa la vida y la filmografía del cineasta manchego. 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 y Alberto Iglesias, entre otros.

El homenaje incluye la recreación de momentos icónicos con estrellas invitadas, como Amaia, Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Luz Casal, Albert Pla, Raül Refree y Banderas.

CINE

Todo sobre 'Amarga Navidad', la próxima película de Pedro Almodóvar: desde su reparto a la plataforma que la acogerá

Se prevée que llegue a los cines en 2026



Quim Gutiérrez, Leonardo Sbaraglia y Pedro Almodóvar en el rodaje de 'Amarga Navidad'. / Iglesias Mas / Iglesias Mas

Javier Rodrigo Saavedra 11/06/2025

Parece que el affair entre Pedro Almodóvar y los largometrajes en inglés empezó y terminó con La habitación de al lado —aunque allanaron el camino sus otros dos cortos anglófonos, La voz dormida y Extraña forma de vida—; y ahora vuelve a casa... y al español.

El director rueda Amarga Navidad, un proyecto del que ya se conocía su existencia, pero no sus detalles. Según ha publicado su propia productora, El Deseo, la película tendrá a Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit, Bárbara Lennie, Quim Gutiérrez y Leonardo Sbaraglia en el reparto.

La historia girará en torno a Elsa, una directora de publicidad cuya madre fallece durante un largo puente del mes de diciembre. Se refugiará en el trabajo hasta tal punto que no se concederá el tiempo necesario para guardar el duelo. Decide viajar a Lanzarote acompañada por su amiga Patricia, que también necesita alejarse de Madrid, mientras que su novio se queda en la ciudad.



Esta trama se enlazará con la del cineasta Raul Durán, que mezclará ficción y realidad, ya que uno de los puntos a tratar de la película es cómo ambas siempre están unidas.

Cuándo y dónde se podrá ver

La película ya ha arrancado su rodaje entre Madrid y Lanzarote, aunque su estreno está programado para el 2026. Como ya pasó con su anterior título, tendrá recorrido en cines —siendo Almodóvar, de corte internacional—, aunque también gozará de una segunda vida en plataformas.



Pese a que no se detalla cuando, Movistar Plus+ acogerá Amarga Navidad en su plataforma meses después de su estreno en salas. Algo similar a lo que ha ocurrido con los últimos títulos del director manchego.

Amarga Navidad se estrena en 2026 en cines.

DECINE21

Primeras imágenes

Pedro Almodóvar ya ha empezado el rodaje de "Amarga Navidad"

decine21.com 10 Junio 2025

Pedro Almodóvar ha comenzado por fin el rodaje de su nueva película, "Amarga Navidad", una producción de El Deseo que se está filmando entre Madrid y la isla de Lanzarote. Esta nueva obra cinematográfica llegará a las salas de cine en 2026, distribuida por Warner Bros. Pictures Spain, con la colaboración de Movistar Plus+.



El elenco de Amarga Navidad reúne a destacados actores españoles como Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez, quienes darán vida a personajes profundos y complejos que transitan por emociones intensas y situaciones límite.

La trama gira en torno a Elsa, directora de publicidad que atraviesa la dolorosa pérdida de su madre durante un largo puente del mes de diciembre. Incapaz de permitirse el tiempo necesario para procesar su duelo, Elsa se refugia en el trabajo, huyendo de sus sentimientos hasta que una crisis de pánico la obliga a detenerse. Es en este momento crítico cuando su pareja, Bonifacio, se convierte en su apoyo fundamental.

Para encontrar un respiro, Elsa decide viajar a Lanzarote acompañada de su amiga Patricia, quien también busca escapar de la rutina y las tensiones de Madrid. Mientras tanto, Bonifacio permanece en la ciudad, enfrentando su propio proceso.

La película entrelaza esta historia personal con la del guionista y director de cine Raúl Durán, creando un juego narrativo que mezcla ficción y realidad. A través de esta estructura, Amarga Navidad explora cómo la vida y la ficción se entrelazan de manera indisoluble, revelando las complejidades y los dolores que a menudo acompañan esa relación.

La mirada única de Pedro Almodóvar

Con más de cuatro décadas de trayectoria, Pedro Almodóvar se ha consolidado como uno de los cineastas más influyentes y originales del cine contemporáneo. Su habilidad para retratar emociones humanas con profundidad y sensibilidad ha cautivado a audiencias y críticos alrededor del mundo.

Amarga Navidad promete continuar esta línea, abordando temas universales como el duelo, la identidad, el amor y la creación artística, con el toque distintivo que caracteriza la filmografía de Almodóvar: una mezcla de intensidad emocional, humor sutil y un profundo respeto por la complejidad humana.

Las primeras imágenes del rodaje, capturadas por Iglesias Mas, ya han comenzado a circular, generando expectación entre los seguidores del cineasta y la crítica especializada.

Amarga Navidad llegará a los cines en 2026, invitándonos a acompañar a sus personajes en un recorrido emotivo y reflexivo sobre la pérdida, la creatividad y el vínculo entre realidad y ficción. Sin duda, un nuevo hito en la carrera de Pedro Almodóvar que promete dejar una huella profunda en el cine español e internacional.





dod
MAGAZINE

'Amarga Navidad': Así es la nueva película de Pedro Almodóvar

Redacción: Fran González | 11 junio, 2025



Pedro Almodóvar no da tregua y cuando apenas se cumple un año del estreno de La Habitación de Al Lado (primer rodaje del cineasta en habla inglesa, que le valió el León de Oro en el Festival de Cine de Venecia, entre otros muchos galardones), ya nos advierte de su próximo proyecto. Se titulará Amarga Navidad y supondrá su regreso al cine en español con un elenco de varias caras conocidas y sospechosos habituales de su cine.

El rodaje de la cinta ha comenzado esta semana, entre Lanzarote y Madrid, y según su productora, El Deseo, llegará a los cines en 2026 de la mano de Warner y en colaboración con Movistar Plus+.

Sinopsis y Reparto de Amarga Navidad

Por el momento no conocemos demasiados detalles sobre la película, aunque en el reciente comunicado de prensa que la productora ha emitido podemos discernir una suerte de sinopsis que nos deja entrever de qué va Amarga Navidad.

Elsa, una directora de publicidad, sufre la muerte de su madre durante un puente de diciembre y se refugia en el trabajo hasta que una crisis de pánico la obliga a hacer un alto. Vive entonces un viaje emocional a Lanzarote con su amiga Patricia, mientras su pareja, Bonifacio, queda en Madrid. Paralelamente, la historia de Raúl Durán —un cineasta atrapado entre la vida y la ficción— se entrelaza con la suya, evidenciando los límites difusos entre ambas realidades.

En cuanto al reparto, como decíamos, nos encontramos a ciertas caras conocidas dentro del cine de Almodóvar, y también algún que otro debutante. Es el caso de Patrick Criado ('La virgen roja', 'Bird Box Barcelona', 'Antidisturbios') o Quim Gutiérrez ('AzulOscuroCasiNegro', 'El Vecino', 'Primos'), que se estrenan con el realizador manchego. No así el resto, que sí han coincidido en mayor o menor medida en su cine: Bárbara Lennie ('La piel que habito'), Leonardo Sbaraglia ('Dolor y Gloria'), Victoria Luengo ('La habitación de al lado'), y Milena Smit y Aitana Sánchez-Gijón (que coincidieron en 'Madres Paralelas').

GRAZIA

CINE



By Cynthia Modesto

Revelan las primeras imágenes de 'Amarga Navidad', la última cinta de Pedro Almodóvar



Pedro Almodóvar está de vuelta con una nueva cinta en el horno. Tras ganar el León de Oro de Venecia con La habitación de al lado, el cineasta ha iniciado el rodaje de Amarga Navidad, su vigésimo cuarta película que está siendo grabada entre Madrid y Lanzarote, y con estreno previsto en cines para 2026.

El elenco, con habituales personas de confianza del director, está encabezado por Bárbara Lennie como Elsa. Leonardo Sbaraglia y Aitana Sánchez-Gijón, ambas con trayectoria en los universos de Almodóvar, se suman como Bonifacio y Patricia, su amiga en el viaje emocional. Junto a ellos, también están Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez

La historia sigue a Elsa, una directora de publicidad que, tras la muerte de su madre en plenas vacaciones navideñas, se refugia en el trabajo. La explotación emocional la lleva a una crisis de pánico, que la impulsa a un retiro forzoso. Mientras su pareja, Bonifacio (Sbaraglia), permanece en Madrid, Elsa viaja a Lanzarote junto a Patricia. Paralelamente, el relato se cruza con la vida del cineasta Raúl Durán, también interpretado por Sbaraglia, reflejando cómo la ficción y la realidad en el cine de Almodóvar son un espejo continuo.

Amarga Navidad retoma el tono tragicómico de los clásicos de Almodóvar, una mezcla de comedia amarga y melodrama, como se anticipó cuando se le describió como "una tragi-comedia sobre el género" .

Además, recupera una de sus señas de identidad: un reparto coral con mujeres como eje central, explorando la salud emocional y la identidad femenina, tema recurrente en su obra.

Producida por El Deseo y con la colaboración de Movistar Plus+, la película se rodará hasta agosto en España.

Estas son algunas de las primeras imágenes difundidas hasta el momento:







Barnafotopress
Toda la información de la actualidad cultural, artística, musical y gastronómica

‘Amarga Navidad’, la nueva película de Pedro Almodóvar, se podrá ver en exclusiva en Movistar Plus+ tras su estreno en salas



Texto – Redacción. Fotografías – ©EL DESEO DA S.L.U. Foto: Iglesias Mas.

‘Amarga Navidad’, la nueva película de Pedro Almodóvar producida por El Deseo con la colaboración de Movistar Plus+, ha iniciado su rodaje entre Madrid y Lanzarote. Protagonizado por Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez, este nuevo largometraje del director manchego llegará a los cines en 2026 de la mano de Warner Bros. Pictures Spain.



©EL DESEO DA S.L.U. Foto: Iglesias Mas

Tras el estreno en salas de cine, la película llegará en exclusiva a Movistar Plus+.



©EL DESEO DA S.L.U. Foto: Iglesias Mas

Sinopsis

Elsa es una directora de publicidad cuya madre muere durante un largo puente del mes de diciembre. Encuentra refugio en el trabajo, aunque es más bien una huida hacia adelante. Trabaja sin parar y, sin darse cuenta, no se concede el tiempo necesario para guardar el duelo por la ausencia materna. Hasta que una crisis de pánico la obliga a detenerse e imponerse un descanso. Su pareja, Bonifacio, es su tabla de salvación en esos momentos de crisis. Elsa decide viajar a la isla de Lanzarote acompañada por su amiga Patricia, que también necesita alejarse de Madrid, mientras que Bonifacio se queda en la ciudad.

La historia de estos tres personajes, y algunos más, se narran paralelamente a la del guionista y director de cine Raúl Durán, entremezclando ficción y realidad. Porque 'Amarga Navidad' desarrolla cómo la vida y la ficción están unidas de un modo indisoluble, incluso doloroso en ocasiones.

La nueva película de Pedro Almodóvar tiene título y genera expectación: 'Amarga Navidad' puede arrasar en el cine español

Será en 2026 cuando veamos al director de vuelta a las salas, con una cinta rodada íntegramente en España y protagonizada por dos grandes actrices aún no reveladas.



Alberto González · 9:14 11/6/2025

Pedro Almodóvar ya tiene nuevo proyecto entre manos. Tras su celebrado mediometraje Extraña forma de vida, el manchego regresa al formato largo con Amarga Navidad, un drama de resonancias íntimas y mirada poliédrica que seguirá los pasos de tres personajes entrelazados con la figura de Raúl Durán, un guionista y cineasta que sirve como eje emocional de la trama.

Pedro Almodóvar vuelve al largometraje con Amarga Navidad, su nueva película con estreno previsto en 2026

Aunque todavía no hay una fecha exacta en el calendario, sí sabemos que el filme verá la luz en algún momento de 2026. La producción corre a cargo de El Deseo, la histórica compañía de los hermanos Almodóvar, en colaboración con Movistar Plus+, mientras que la distribución en salas correrá a cargo de Warner Bros. Pictures Spain.



La sinopsis oficial desvela una historia marcada por el luto, la huida emocional y las relaciones fracturadas. Elsa, directora de publicidad, pierde a su madre durante el largo puente de diciembre. Incapaz de hacer frente al duelo, se refugia en el trabajo hasta que una crisis de ansiedad le obliga a parar. Bonifacio, su pareja, la sostiene en ese momento de ruptura. En busca de aire, Elsa viaja a Lanzarote junto a su amiga Patricia, mientras él permanece en Madrid.

> La historia nos contará el día a día de una publicista marcada por el luto, la huida emocional y la familia

Es decir, en la línea del cineasta español, hablamos de un relato cargado de silencios, heridas abiertas y paisajes que hablan. El elenco no se queda atrás: Victoria Luengo, Quim Gutiérrez, Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Patrick Criado y Milena Smit encabezan un reparto de lujo. Nuevas voces y rostros consagrados del cine español confluyen bajo la batuta de Almodóvar, en lo que promete ser una de las grandes citas cinematográficas del año que viene.

Pedro Almodóvar rueda ‘AMARGA NAVIDAD’

junio 13, 2025 Por Redacción

AMARGA NAVIDAD , la nueva película de Pedro Almodóvar producida por El Deseo, se ha comenzado a rodar entre Madrid y Lanzarote. Protagonizada por Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez , este nuevo largometraje del director manchego llegará a los cines en 2026 de la mano de Warner Bros. Pictures Spain , y cuenta con la colaboración de Movistar Plus+ .



Sinopsis

Elsa es una directora de publicidad cuya madre muere durante un largo puente del mes de diciembre. Encuentra refugio en el trabajo, aunque es más bien una huida hacia adelante. Trabaja sin parar y, sin darte cuenta, no se concede el tiempo necesario para guardar el duelo por la ausencia materna. Hasta que una crisis de pánico la obliga a detenerse e imponerse un descanso. Su pareja, Bonifacio, es su tabla de salvación en esos momentos de crisis. Elsa decide viajar a la isla de Lanzarote acompañada por su amiga Patricia, que también necesita alejarse de Madrid, mientras que Bonifacio se queda en la ciudad.

La historia de estos tres personajes, y algunos más, se narran paralelamente a la del guionista y director de cine Raúl Durán, entremezclando ficción y realidad. Porque ‘Amarga Navidad’ desarrolla cómo la vida y la ficción están unidas de un modo indisoluble, incluso doloroso en ocasiones.



‘Amarga Navidad’, la nueva película de Pedro Almodóvar, se podrá ver en exclusiva en Movistar Plus+ tras su estreno en salas



‘Amarga Navidad’, la nueva película de Pedro Almodóvar producida por El Deseo con la colaboración de Movistar Plus+, ha iniciado su rodaje entre Madrid y Lanzarote. Protagonizado por Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez, este nuevo largometraje del director manchego llegará a los cines en 2026 de la mano de Warner Bros. Pictures Spain.

Tras el estreno en salas de cine, la película llegará en exclusiva a Movistar Plus+.

Movistar Plus+ quiere seguir contribuyendo en la construcción de un legado cultural común. Por ese motivo, la nueva dirección ha llevado un paso más allá su colaboración con el ganador del Oscar® Pedro Almodóvar, siguiendo la línea marcada con su anterior proyecto, ‘La habitación de al lado’, también participada por Movistar Plus+, ganadora del León de Oro 2024 y de tres premios Goya en su edición más reciente.

En Movistar Plus+ tenemos el Cine dentro y, por eso, queremos seguir acompañando a los grandes creadores nacionales en sus proyectos, ratificando en esta nueva etapa la relación histórica de la plataforma con el cine español.

Sinopsis

Elsa es una directora de publicidad cuya madre muere durante un largo puente del mes de diciembre. Encuentra refugio en el trabajo, aunque es más bien una huida hacia adelante. Trabaja sin parar y, sin darse cuenta, no se concede el tiempo necesario para guardar el duelo por la ausencia materna. Hasta que una crisis de pánico la obliga a detenerse e imponerse un descanso. Su pareja, Bonifacio, es su tabla de salvación en esos momentos de crisis. Elsa decide viajar a la isla de Lanzarote acompañada por su amiga Patricia, que también necesita alejarse de Madrid, mientras que Bonifacio se queda en la ciudad.

La historia de estos tres personajes, y algunos más, se narran paralelamente a la del guionista y director de cine Raúl Durán, entremezclando ficción y realidad. Porque 'Amarga Navidad' desarrolla cómo la vida y la ficción están unidas de un modo indisoluble, incluso doloroso en ocasiones.

Todo Almodóvar en Movistar Plus+

Este mes de junio Movistar Plus+ estrenará 'Pedro x Javis', un programa homenaje a Pedro Almodóvar en el que Javier Calvo y Javier Ambrossi rinden tributo al gran cineasta en tres entregas que cuentan 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.

Para celebrar este estreno, la plataforma lanza una acción especial, desde el 19 de junio hasta el 10 de julio, que recorre la filmografía y el universo creativo del director manchego con los siguientes títulos: 'La habitación de al lado', 'Extraña forma de vida', 'La voz humana', 'Julieta', 'Los amantes pasajeros', 'La piel que habito', 'Los abrazos rotos', 'Volver', 'La mala educación', 'Hable con ella', 'Todo sobre mi madre', 'Carne trémula', 'La flor de mi secreto', 'Kika', 'Tacones lejanos', '¡Átame!', 'Mujeres al borde de un ataque de nervios', 'La ley del deseo', 'Matador', '¿Qué he hecho yo para merecer esto?', 'Entre tinieblas' y 'Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón'.

CINE Y TELEVISIÓN

'Amarga Navidad' se verá en Movistar Plus+ tras su estreno

Agencias - jueves, 12 de junio de 2025

Con Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón y Quim Gutiérrez, el rodaje acaba de iniciarse en diferentes localizaciones entre Madrid y la isla canaria de Lanzarote



'Amarga Navidad' se verá en Movistar Plus+ tras su estreno - Foto: ©EL DESEO DA S.L.U. Foto:Iglesias Mas/via Movistar

Amarga Navidad, la nueva película de Pedro Almodóvar producida por El Deseo con la colaboración de Movistar Plus+, ha iniciado su rodaje entre Madrid y Lanzarote. Protagonizada por Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez, este nuevo largometraje del director manchego llegará a los cines en 2026 de la mano de Warner Bros Pictures Spain y, tras su estreno en salas de cine, llegará en exclusiva a Movistar Plus+.

La plataforma quiere seguir contribuyendo en la construcción de un legado cultural común. Por ese motivo, la nueva dirección ha llevado un paso más allá su colaboración con el ganador del Oscar, siguiendo la línea marcada con su anterior proyecto, La habitación de al lado, también participada por Movistar Plus+, ganadora del León de Oro 2024 y de tres premios Goya en su edición más reciente.

Elsa es una directora de publicidad cuya madre muere durante un largo puente del mes de diciembre. Tras el fallecimiento, encuentra refugio en el trabajo, aunque es más bien una huida hacia adelante. Trabaja sin parar y, sin darse cuenta, no se concede el tiempo necesario para guardar el duelo por la ausencia materna. Hasta que una crisis de pánico la obliga a detenerse e imponerse un descanso.

Su pareja, Bonifacio, es su única tabla de salvación en esos momentos de crisis. Elsa decide viajar a la isla de Lanzarote acompañada por su amiga Patricia, que también necesita alejarse de Madrid, mientras que Bonifacio se queda en la ciudad.

La historia de estos tres personajes, y algunos más que también se explican de forma secundaria, se narran paralelamente a la del guionista y director de cine Raúl Durán, entremezclando ficción y realidad. Porque Amarga Navidad desarrolla cómo la vida y la ficción están unidas de un modo totalmente indisoluble, incluso doloroso en ocasiones.

Además, la plataforma digital lanzará una acción especial, desde el próximo 19 de junio hasta el 10 de julio, que recorre toda la filmografía y el universo creativo del director manchego con los siguientes títulos: La habitación de al lado, Extraña forma de vida, La voz humana, Julieta, Los amantes pasajeros, La piel que habito, Los abrazos rotos, Volver, La mala educación, Hable con ella, Todo sobre mi madre, Carne trémula, La flor de mi secreto, Kika, Tacones lejanos, ¡Átame!, Mujeres al borde de un ataque de nervios, La ley del deseo, Matador, ¿Qué he hecho yo para merecer esto?, Entre tinieblas y Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón.

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

EL PAÍS

ICON

ESTILO · ACTUALIDAD · CULTURA · COMER, BEBER, DORMIR · BIENESTAR · RELOJES · MOTOR · EMPRESA Y FUTURO · ICON DESIGN

(ME QUIERO IR DE AQUÍ)

Ver una película para pasarlo mal: el fenómeno de 'Sirat' y el "cine de la crueldad"

La premiada película de Óliver Laxe es un éxito en la taquilla española, pero también provoca abandonos en las salas y críticas furibundas en las redes. Nada nuevo bajo el sol: desde hace décadas hay un tipo de cine que provoca tanto rechazo como pasión



El equipo de 'Sirat', entre ellos el director Óliver Laxe y el actor Sergi López, durante una proyección de la película en Navia de Suarna (Lugo) el pasado mayo.**Europa Press News (Europa Press via Getty Images)**

Miquel Echarri

13 JUN 2025 - 05:30 CEST

Decía Susan Sontag que las películas que generan rechazo suelen ser las más fértiles, las únicas, por lo general, que contribuyen al progreso del lenguaje cinematográfico. A fin de cuentas, argumentaba la escritora estadounidense, el gran público recela del arte de vanguardia, rechaza la novela moderna y detesta la arquitectura racionalista, ¿por qué iba a ocurrir algo diferente con el cine atípico?

El común de los mortales adora a George Lucas y desprecia o ignora a Bresson, Godard y Bruce Conner. En palabras de Peter Biskind, la mayoría de espectadores contemporáneos "somos hijos de Steven Spielberg, no de Francis Ford Coppola". No hay nada malo en ello, pero deberíamos tener la madurez de admitirlo. Más aún, en opinión de William Friedkin, un coetáneo del Nuevo Hollywood que nunca tuvo del todo claro si quería ser Coppola o Spielberg, "el paladar de la mayoría de los cinéfilos está tan atiborrado de hamburguesas de McDonald's que ya ni siquiera son capaces de reconocer la buena comida".

Estos días ha aterrizado en la cartelera española una película nacional francamente atípica, *Sirat,* cuarto largometraje del cineasta gallego Óliver Laxe. La ha producido El Deseo y acaba de obtener el premio del Jurado en el Festival de Cannes, un par de avales que le han garantizado una notable irrupción en taquilla: 54.000 espectadores y cerca de 400.000 euros de recaudación en su primer fin de semana, con lo que se sitúa no muy lejos del medio millón recaudado por *Ballerina,* con Ana de Armas y Keanu Reeves.

Historia de un equívoco

Sin embargo, basta con asomarse a las redes sociales para comprobar hasta qué punto la película ha merecido el rechazo beligerante de muchos de sus espectadores. La crítica profesional la considera un espectáculo "poderoso", la "desoladora respuesta a un presente descarrilado", un "brillante ejercicio de hipnosis", un viaje sensorial que "embriaga para luego conmocionarte", una "oda antisistema", una obra de arte "áspera e hipnótica".

Entre los usuarios, en cambio, predominan los que la acusan de "abofetear al espectador" con una saña injustificada, de "blanquear el islam a ritmo de *rave* soporífera", de aburrir a las ovejas, de incurrir en delitos de lesa "modernidad" y exceso de pretensiones, cuando no en el bochorno y el sinsentido. Hay quien no entiende su premio en Cannes, quien la califica de "brutal tostón" y quien la describe como "puro ruido estético" al servicio de "un vacío elocuente". Una intervención en FilmAffinity se pregunta cuánto habrán cobrado críticos (e incluso internautas anónimos) por sus valoraciones positivas.

Otro indicador de la capacidad de una película para incomodar a sus espectadores y, en consecuencia, generar el tipo de rechazo que Sontag atribuye a las películas "fértiles", es el porcentaje de deserciones. El pasado viernes 6 de junio, día de estreno, al menos un tercio de los 30 espectadores que acudieron a la sesión de sobremesa en un cine barcelonés abandonó la sala bastante antes de que concluyese la película. Lo mismo

relatan algunos espectadores que han acudido en otras ciudades, desde Madrid a Valencia. En su mayoría, eran espectadores de mediana edad que dejaban atrás la trinchera del celuloide alternativo entre contrariados y perplejos. En las redes son legión los que se declaran orgullosos receptores. Hay quien afirma, incluso, que si hubiese sabido como acaba hubiese abandonado la sala antes de que empezase.

Las tribulaciones de un cine distinto

¿De qué trata *Sirat?* De todo y de nada. De un descenso a los infiernos, el de un padre que busca a su hija, perdida hace años tras acudir a una *rave* en sombríos vericuetos del Atlas marroquí. Es un viaje, una inmersión fascinante y un tanto sórdida en un paisaje, unas constelaciones mentales y una subcultura. Es un plato sugerente y nutritivo en lo cinematográfico, pero, a juzgar por las reacciones, no del todo apto para estómagos poco curtidos.

Nada nuevo bajo el sol. No todo el cine que triunfa en festivales internacionales y despierta el fervor de la crítica puede contar con la complicidad de los espectadores. Aunque una Palma de Oro en Cannes supone, para la mayoría de las distribuidoras de nuestro país, un argumento de *marketing* supremo, lo cierto que *Titane,* de Julia Ducournau, tal vez la más radical de las galardonadas recientes en el festival francés, apenas recaudó en nuestro país 246.000 euros, procedentes del bolsillo de 41.000 espectadores. Un cuarto de millón por una película descrita como "críptica y compleja" (además de "lúbrica y salvaje") puede parecer un botín muy digno de respeto, pero es apenas una septuagésima parte de lo que obtuvo el gran éxito de ese año 2021, *Spider-man: No Way Back Home.*

> En los últimos años, los cronistas de los grandes festivales están recurriendo cada vez con mayor profusión a una etiqueta de largo recorrido que había dejado de utilizarse hace décadas: el "cine de la crueldad"

Bastante mejor le fue en nuestro país a la segunda Palma de Oro obtenida por Ruben Östlund, la comedia negra *El triángulo de la tristeza* (1.127.000 euros, 180.000 espectadores), tras el relativo pinchazo de la primera, *The Square,* una sátira sobre el mundo del arte contemporáneo que cerró el contador en 50.000 espectadores y apenas 300.000 euros. En realidad, *Parásitos,* de Bong Joon-ho, es la única Palma de Oro reciente que ha rebasado el listón del millón de espectadores y los cinco millones de euros, pero en su caso lo hizo tras obtener también el Óscar a la Mejor Película.

Aunque ni siquiera esa doble gesta garantiza un buen desempeño en la esquiva taquilla española: *Anora,* de Sean Baker, última ganadora en Cannes y Los Ángeles, tuvo que conformarse con 2.265.800 euros y 359.000 feligreses. Peor aún le ha ido a algunas de las últimas ganadoras del León de Oro en Berlín: el *Acontecimiento,* de Audrey Diwan, no alcanzó los 150.000 euros (apenas 25.000 espectadores) y *La belleza y el dolor,* de Laura Poitras, solo interesó a 6.000 espectadores y tuvo que conformarse con 41.000.



Óliver Laxe en el Festival de Cannes de 2025, en el que su película 'Sirat' se llevó el premio del jurado. **Mondadori Portfolio (Mondadori Portfolio via Getty Im)**

¿Qué decir, por ejemplo, de las ganadoras del Festival Internacional de Rotterdam, refugio del cine exquisito y alejado de las corrientes mayoritarias? Por lo general, ni siquiera se estrenan en nuestros cines. Es el caso de las aún inéditas *Videoôlia y otros síndromes virales,* del peruano Juan Daniel F. Molero, *La obra del siglo,* del cubano Carlos Machado Quintela, *Eami,* de la paraguaya Paz Encina, o *Sexy Durga,* del indio Sanal Kumar Sasidharan. Tampoco el Oso de Oro en Berlín garantiza un impacto significativo en nuestro país. Así lo atestiguan los 4.700 euros (964 espectadores) obtenidos

por *Dahomey,* de la franco-senegalesa Mati Diop, o los también bastante misérrimos 10.200 euros que recaudó *No me toques,* de Adina Pintilie. La excepción sería *Alcarràs,* de la barcelonesa Carla Simón, gran éxito reciente del "nuevo" cine español, que puede presumir de más de 400.000 espectadores y 2.300.000 euros, cifras comparables a los de la galardonadísima *Anora.*

Vidas paralelas

Estas cifras tal vez arrojan algo de luz sobre lo que le puede estar ocurriendo a *Sirat,* sobre las deserciones y la virulencia de sus detractores. Después de todo, 54.000 espectadores en solo un fin de semana son una multitud en un país muy poco predispuesto a acudir a las salas para inyectarse en la retina un cine distinto. En cierto sentido, *Sirat* podría estar muriendo de éxito. El premio internacional, la intensa campaña de promoción, la intrigante imagen de su director y el entusiasmo con que la está saludando gran parte de la crítica han despertado la curiosidad de un público que muy rara vez consume películas de este tipo. Es más, que en algunos casos ni siquiera concibe que existan películas así.

En los últimos años, los cronistas de los grandes festivales están recurriendo cada vez con mayor profusión a una etiqueta de largo recorrido que había dejado de utilizarse hace décadas: el "cine de la crueldad". Uno de los últimos en merecerla, antes de que se produjese este revival contemporáneo, fue el austríaco Michael Haneke, autor de obras tan controvertidas (y crueles) como *Funny Games, El vídeo de Benny, La pianista o El tiempo del lobo.*

En realidad, el primero en teorizar sobre un cierto cine de la crueldad fue, allá por los años 60, André Bazin. Él atribuía esta pulsión sádica, esta misantropía intelectual y esta falta de concesiones a directores como Luis Buñuel, Alfred Hitchcock, Akira Kurosawa o Carl Theodor Dreyer. Hoy, se asigna de manera un tanto indiscriminada a cineastas del circuito internacional del gran cine de autor como Julia Ducournau (de *Alpha,* su última película, se ha dicho que es crueldad envasada al vacío), Nicolas Winding Refn, Gaspar Noé, Coralie Farget o veteranos que conservan intacta la beligerancia estética, como David Cronenberg o Paul Schrader.

Al Óliver Laxe de *Sirat* se le está asociando estos días con la onda cruel, tal vez por lo gélida y despiadada que por momentos puede resultar su película. Incluso para algunos de sus firmes partidarios intelectuales, Laxe niega a sus personajes toda compasión y los trata con una descarnada de falta de empatía. Sin embargo, también podría argumentarse, con Sontag, Biskind y (tal vez con Friedkin) que contra quien de verdad se proyecta la crueldad de Laxe es contra el espectador convencional y sin inquietudes, instalado en su zona de confort, poco acostumbrado a que violenten su retina y sus neuronas, que lo agarren por la solapa.

Tal vez en esa crueldad estética, concebida como antídoto contra el cine convencional y acomodaticio, es donde se encuentran la esencia y el corazón de *Sirat.* Es ahí donde los ha puesto Laxe.

Y, al hacerlo, ha asumido el riesgo de que una parte de los espectadores, que no están dispuestos a ser interpelados de esta manera y a someterse a estímulos de este tipo (y, además, están en su derecho) abandonen la función mucho antes del final y despotriquen después de su cine en las redes sociales. A fin de cuentas, los que le rechazan no son su público. Se han asomado a su cine como turistas accidentales y, claro, han acabado escaldados.

Atlántico DIARIO

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,15
AVE: 2403 €
ÁREA: 785 CM² - 84%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2201
OTS: 9000
SECCIÓN: PORTADA

13 Junio, 2025



Atlántico TV

G. PAMIES



Oliver Laxe, no set de ***Atlántico TV.***

Oliver Laxe: "Hai que volver a convocar á xente ás salas do cinema"

O cineasta galego, Premio do Xurado de Cannes con "Sirât" sinala que "tiña ganas de facer unha película para o público novo" **PÁX. 15**

Atlántico DIARIO

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,15
AVE: 2403 €
ÁREA: 785 CM² - 84%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2201
OTS: 9000
SECCIÓN: PORTADA

13 Junio, 2025



ENTREVISTA

OLIVER LAXE

Cineasta galego, Premio do Xurado de Cannes con "Sirât"

"TIÑA GANAS DE FACER UNHA PELI PARA O PÚBLICO NOVO, 'SIRÂT' TEN PROFUNDIDADE E AO TEMPO FRESCURA"

ANA BAENA. VIGO
abaena@atlantico.net

A xira de presentación da película "Sirât" trouxo a Vigo ao seu director, Oliver Laxe, que coa mesma visitou o set de ***Atlántico TV***. Falou de cinema en xeral e do seu último filme en particular, produción coa que obtivo o seu cuarto galardón no festival de Cannes da súa traxectoria, o segundo premio do xurado.

Como senta volver a triunfar en Cannes?

O premio máis grande para min é que estea funcionando co público. Case alcanzamos 100 mil espectadores en seis días. É incríbel. Un fai películas sobre todo para conectar co público e abrir un diálogo co público. O dos encontros en Vigo foi preciosísimo, estiven nos Cines Norte e nos Yelmo. Sempre me gusta vir a esta cidade, pero máis cando teño que compartir unha peli.

Non é unha película convencional. Que o que busca transmitir?

Tes tres horas para que conteste? (risos) Quero transmitir moitas cousas, pero sobre todo a miña primeira intención é que se miren cara adentro. Creo que estamos nun momento no que isto é moi difícil, conectar coa realidade é moi difícil. Hai tanta dor nun mundo que nos dispersamos, nos distraemos, nos desconectamos, é normal. Eu quería iso neste xogo de espellos que é o cinema, conectar a través da identificación co personaxe, de sentir o que sinte o personaxe, que o espectador mirase adentro. O que sucede na película é forte, é bastante límite e convido ao espectador a ir a eses límites. Eu creo de corazón que cando o ser humano está no seu límite, sempre saca mellor de si.

Está rodada no deserto de Marrocos, un escenario con moito xogo.

É unha paisaxe ferida, o deserto, non ten terra, non ten flora como aquí en Galiza, entón hai algo como moi límite. Na sedimentación vense tódalas capas xeolóxicas da terra. Creo que cando estamos nese espazo asoballados á paisaxe, sentímonos pequenos, verdadeiramente moi pequenos. Pero esa sensación non dá angustia, creo que ao contrario, que te serena, e o deserto despois tamén é importante para min. É un espazo onde precisamente é moi difícil distraerse, non te podes esconder, non hai árbores, non hai penedos, non hai nada. O deserto obríganos a mirar adentro.

Que papel ten a música?

É unha película narrativa, pero para min esa historia é un trampolín para sentir as imaxes. O meu cinema ten algo sensorial e a música xoga tamén un papel moi importante, forma parte da sensualidade da imaxe. É música electrónica que pode dialogar coa música popular. Hai unha segunda parte na película na que está moi enraizada a música, fainos sentir que a viaxe física tamén é unha viaxe metafísica. Personaxes e espectadores atravesan montañas e ríos, hai peripecias e aventuras. Dialoga moito co cine de xénero, esas películas que nos gustaban moito de Indiana Jones. Pero hai un momento en que se sinte viaxar a outra dimensión. Moita xente fala incluso de ciencia ficción. Entón a música fainos sentir que vivimos nun mundo máxico.

Esta película é un proxecto que comezou hai anos. Como xurdiu?

Tes outras tres horas para que cho conte?

Como dicían na escola, tentemos sintetizar. (Risos)

Xurdiu hai moito tempo e para o meu equipo levou moito traballo. Estamos contentos porque tiñamos ganas de facer unha peli para o público novo. Ten fondura, profundidade e ao tempo ten algo fresco, contemporáneo. Lembrei tamén esas películas que me queceron por aquí dentro, que me deron un amorciño no corazón. Cremos que é unha peli que pode sementar moi beneficamente no espectador. Está sucedendo algo bonito, penso que remove nun sentido moi profundo. Aí está o sentido ou o sensentido de facer películas, porque estamos falando de dez ou quince anos de traballo, de escritura do guión, de esperar o bo momento, de financiar unha produción moi grande con moitos efectos. Levou moito tempo.



Oliver Laxe, na súa visita ao set de ***Atlántico TV***. GONZALO PAMIES

Supoño que iso lle da maior importancia á boa acollida do público.

Si, claro. Fanse tantas películas que non se ven! Creo que hai que voltar a convocar a xente ao cinema. Non teño nada contra a televisión e contra as series. Están ben, pero digamos que o cinema tense que ver no cinema. Creo que o que sucede nunha sala de cinema é misterioso, é moi importante. Hai unha comuñón entre a xente que está aí. Ou sexa, cada un está só diante da pantalla, pero hai unha enerxía que se comparte co grupo. Penso que iso fai do cinema un sitio que verdadeiramente nos pode transformar. Todos experimentaron algunha vez o que é saír nunha sala de exhibición totalmente transformados, coa película na pel, no corpo, case ebrio. É como unha borracheira, case como se non puidésemos falar. Hai unha relación da imaxe co metabolismo humano moi profunda e fecunda.

Que ten que ter un tema para que engaiole e o leve á gran pantalla?

Gústame o sagrado, a transcendencia en tódalas súas formas. Na xente que baila nun 'dancefloor', na natureza, paréceme ver o desexo do ser humano que quere rezar co seu corpo. Ten que ter, non sei, imaxes, ten que ter algo límite, ser unha aventura interior, ser un momento no que a xente queira despegar os seus pés da terra. Ten que ser algo transcendental, filosófico, ten que falar da vida, de nós como seres humanos. Creo que o meu rol como cineasta é iso, mirarnos, mirarme. Eu son cineasta de imaxes, iso é o primeiro que me atrapa, as imaxes.

Foi un detalle moi bonito estrear na súa aldea, Navia de Suarca, nos Ancares, e non en Madrid. Que lle achega a súa comunidade?

Unha estrea é unha maneira de convidar á xente ao teu universo, ao teu mundo. Parecíame lóxico facelo na miña casa. Amais de que eu xa vivín no Eixo Atlántico, por iso reivindico o Eixo Oriental. O Atlántico xa está pasado de moda. (Risos) Hai que mirar cara ao oriental, que segue sendo o máis fecundo.

A xente de Vigo ten a sorte de que case sempre conserva a aldea. Téñense as dúas cousas, mantemos un pé no Eixo Atlántico e outro no rural.

Eu tamén de vez en canto veño a bailar a Vigo (máis risos). Reivindico que moitas veces a cultura, o centro cultural, pode estar na periferia. Que non sexa unicamente ir á aldea, senón que esa aldea sexa o centro ao redor do que pivota a vida cultural. Pero insisto, estrear na casa foi un xesto sobre todo natural para compartilo con miña xente e convidar aos de alí tamén. Coidámonos moi ben nos Ancares.

Despois do esforzo dunha película tan ambiciosa, que queda? Cal é o seguinte paso?

Non hai seguinte paso, estou vivo no presente. Tócame acompañar a peli, entendela, entenderme a min, escoitando moita xente. É sabrosísimo coñecer as reflexións que fai a xente, comparte cousas moi diferentes. Vou estrear en Francia, en Alemaña, en Estados Unidos ou en Inglaterra, e teño que ir acompañando a película. Sobre próximos proxectos? Estou moi centrado na asociación SER, nos proxectos que facemos alí na montaña lucense. Temos moitos en curso. Gústanme e danme equilibrio co cinema. Con respecto a novos proxectos, ata o ano non teño intención de poñerme con nada, non teño ningunha presa. Vivo no presente.

AS FRASES

✔ **"O premio máis grande para min é que 'Sirât' estea funcionando co público, case alcanzamos os 100 mil espectadores en seis días"**

✔ **"A miña primeira intención con esta película é que se miren cara adentro. O filme é forte, bastante límite, creo de corazón que cando o ser humano está ao límite sempre saca o mellor de si"**

✔ **"Hai que volver a convocar á xente ás salas, o cinema tense que ver no cinema. O que alí sucede é misterioso"**

✔ **"Creo que o meu rol como cineasta é mirarnos, mirarme. O primeiro que me atrapa é a imaxe"**

NEO2

Entrevista al realizador Oliver Laxe: Cine que emociona



Carismático y con una visión mágica del cine. Oliver Laxe regresa con Sirât, su cuarta película. En ella, nos invita a reflexionar sobre los cambios que trae la vida.

Finales que se transforman en nuevos comienzos y miradas capaces de definir quiénes somos. Oliver Laxe, ganador del premio jurado en el último Festival de Cannes, presenta un proyecto único, cargado de espiritualidad, belleza visual y sonora. Sirât es su última obra, y con la que confirma su lugar como una de las figuras más singulares del cine español.

Con una mirada mágica, **Oliver Laxe** quiso volver a enfrentarse a la muerte y salió victorioso. Tanto, que logró el premio del jurado en el Festival de Cannes de 2025. El nacido en París es un director que busca remover, aunque deja que **cada espectador se lleve el mensaje que perciba**. Sin embargo, quiere que salgan renovados o que sientan que algo en su visión ha cambiado. Que se hayan transformado, como lo hacen sus personajes en Sirât, su última película, donde lo ha dado todo y se muestra mucho más maduro que en Mimosas. Aun así, la esencia del creativo no cambia: es claro con sus mensajes y con sus ideas.



¿Qué quiere decir Sirât, palabra que da nombre a tu nuevo film?

Oliver Laxe: Literalmente quiere decir el camino, la vía. Sería un equivalente a "tao" en el taoísmo, y es una palabra sagrada que simboliza el camino personal, el camino interior. También es el control del ego, la lucha consigo mismo, el crecimiento personal… Además, tiene otro significado, es el nombre del puente que comunica infierno y paraíso.



Como director, ¿qué emoción te gustaría que sintiera el espectador tras ver la película?

Oliver Laxe: Me parece que el cine tiene que tener polisemia y que cada espectador tiene que sentir una cosa diferente. De alguna manera, tengo miedo de si yo digo que quiero que acabe de una forma y, el espectador ha sentido una cosa diferente, se sienta frustrado. Esta película es como una ceremonia de ayahuasca, es muy dura. Es intensa y exigente físicamente, psicológicamente y espiritualmente, pero al final de la ceremonia, cuando te dan el "zumito de naranja", sientes que has crecido. Sientes que te has transformado. Creo que es un poco lo que se siente en la mirada de mis personajes. Sientes que tenía que ser así, tenía que pasar por ese rito de paso.



“Creo que el cine todavía puede tocar profundamente al espectador y que le remueva cosas”

También es un proyecto que hace que sientas que el mundo, en cierta manera, se acaba

Oliver Laxe: A lo largo de la peli hay un olor a crepúsculo. Sí me gustaría que el público sintiera a lo mejor que hay un mundo que se acaba, pero también que puede que haya uno que empieza. Por lo tanto, tanto a nivel individual como a nivel colectivo, espero que el espectador a través de esta peli o al final de ella sienta que hay un horizonte de cambio.





¿Cómo es mirar de frente a la muerte?

Oliver Laxe: Vivimos en una sociedad tan tanatofobica, que hemos recluido a la muerte. Nos hemos distanciado de ella. Y obviamente irrumpe siempre y nos pega un bofetón de realidad. Personalmente, me obligo o me esfuerzo a meditar la muerte para vivir mejor, para prepararme mejor. Aprender a morir con dignidad, a través de un trabajo de aceptación, de desapego. La película es como un rito de paso para el público, creo que el cine todavía puede tocar profundamente al espectador y que le remueva cosas.





Todos los personajes de esta nueva película, conviven con ella y luchan por la supervivencia

Oliver Laxe: La vida nunca te avisa, y en esos momentos donde saltas al abismo en los que definen nuestra naturaleza humana. Sin límites se ven cosas muy nobles, puede salir lo mejor de cada uno. Valentía, camaradería, fortaleza… El personaje de Luis (Sergi López) toca fondo y gracias a ello, sigue andando con su esencia.





Hay momentos muy simbólicos como Luis con las tumbas hechas de piedras, ¿qué nos invitas a sentir ahí?

Oliver Laxe: Insisto que el cine tiene que ser polisémico. A veces no hay que entender todo, hay que sentirlo. Y en mi cine, me encargo sobre todo de borrar mi mano. Intento borrar las huellas del crimen como autor, que no se note lo que quiero comunicar. Además, la peli opera siempre en dos dimensiones, hay una dimensión narrativa muy terrenal, la aventura. Y luego hay una dimensión simbólica y sutil todo el rato. Por otro lado, a través de la música, a través del paisaje, se va desmaterializando. Se va como espiritualizando. Y en esa secuencia en concreto, lo simbólico es fuerte.



La música también es un valor muy importante en tus trabajos, y en este más.

Oliver Laxe: Soy un cineasta muy musical, y soy un cineasta de la imagen, y la imagen es música. Es tempo y ritmo. Es fuego. Además, a mí me gusta la música electrónica, y creo que con ella se podía hacer este viaje entre el beat, que es algo muy terrenal, y algo muy etéreo y celestial, como algunos arpegios electrónicos del final. Parece que el sonido viene del origen del universo. Tienen algo casi mágico. Estoy contento porque la música ayuda a que la película se vaya desmaterializando. Ayuda a que se transforme, a que entre en la abstracción, como si verdaderamente fuera un viaje, un viaje interior.

Y, ¿cómo es contar con el apoyo de Movistar Plus+?

Oliver Laxe: He tenido una gran complicidad con ellos. Me han apoyado en esa búsqueda de que la gente mire un poco hacia dentro, que se rasquen dentro de sí mismos. Y eso no es nada fácil. Mis tres primeras películas nunca contaron con el apoyo de la televisión pública de mi país, ni siquiera cuando fueron a Cannes. Y que justo esta sí haya tenido el gran respaldo de Movistar ha sido un cambio importante, y para bien. Han cuidado el cine frágil con un mimo muy bonito.



“Me parece que el cine tiene que tener polisemia y que cada espectador tiene que sentir una cosa diferente”

Rememorando antiguos proyectos, ¿cómo es ver ahora, quince años después, Todos vosotros sois capitanes?

Oliver Laxe: Veo al mismo niño loco, salvaje y asilvestrado que adora grabar (se ríe) Siempre he confiado en mí como cineasta. Aunque claramente, me veo más maduro, tengo más oficio. Yo intenté hacer Sirât en el 2015 y se llama Mimosas. Y me gusta la película, fuimos a Cannes y ganamos un premio. Ya tenía una mirada fuerte en ese momento, ya quería hacer una película en la que la muerte fuera un paso a la vida. Pero, por falta de medios u oficio, no llegué tanto, como considero que he logrado ahora en Sirât.



En Mimosas vemos también el valor de la espiritualidad y la muerte, ¿cómo fue reformular estos conceptos tan complicados?

Oliver Laxe: Es muy difícil, en un mundo tan desespiritualizado donde hay este imperio del sentido. Donde el espectador está tan acostumbrado, y yo me incluyo, a tener que entender. Donde está tan poco habituado a leer con la piel, a ver las películas con la piel o con el corazón. Eso es lo yo propongo. Que el espectador sienta que el mundo está habitado, que el campo de minas tiene reglas, que la vida tiene reglas y es mágica.

Creo firmemente que el cine y el misterio de las imágenes nos pueden ayudar a sentir que vivimos en un mundo mágico y habitado.



Siguiendo esa idea, ¿en qué te gustaría enfocarte tras el estreno de la película?

Oliver Laxe: No tengo ninguna prisa, pero tengo ideas vagas. Soy un cineasta lento y tengo otros proyectos, algunos con animales y otros de arqueología. A mí me gusta hacer cine, pero también lo sufro. No hago nada que considere que no vale la pena, también tengo que sentir que hay un servicio a la gente. Que la peli conecta con este tiempo y con estas generaciones. Ya iré viendo si lo hago más grande o más pequeño, más ligero o esotérico.



ABC CULTURAL ★

ABC CULTURAL 'FUERA DE CAMPO'

Actores poco memorables bien encuadrados

'Sirat' logra algo que los cineastas parecían haber olvidado: sorprender al público sin perturbar. Un viaje inesperado que es, además, más realista que muchas de las miradas naturalistas de moda



Sergi López en 'Sirat', mirando a su destino

FERNANDO MUÑOZ



12/06/2025 a las 18:54h.

SEGUIR AUTOR

A nadie le sorprende que el protagonista cumpla con su destino, ya sea James Bond liquidando al villano o una madre de Alcorcón que consigue frenar a última hora su desahucio. Es lo lógico, lo esperable; el desenlace merecido para el héroe al que hemos acompañado durante 90 (o 180) minutos. Es lo que tiene que suceder, y no

importa que caiga por el camino la 'chica Bond' o que la abuela se quede tiesa del disgusto en el salón. Y llevamos tantos años viéndolo que no nos sorprende que las 1.200 balas de los malos pasen rozando la cabeza del agente secreto o que en ese cuidado drama intimista, que nace del «proceso orgánico» de un laboratorio de guion clónico, la protagonista encuentre al final un rayito de luz que le haga esbozar media sonrisa ante tanta miseria humana (o capitalista, que es la más habitual por esos guiones).

Romper el pacto

Y en esas, de pronto, a Óliver Laxe, todo él filosofía oriental y misticismo, cuidados y delicadeza, le da por romper con el pacto y ser un cabrón con sus personajes. No les deja cumplir con su destino cinematográfico, que no sería otro que terminar el «viaje del héroe» y culminar lo que en el primer tramo de 'Sirat' se plantea. No da lo esperado, vaya, ese final que cualquiera de las decenas de miles de personas que ya han visto la película podrían haber escrito: la familia protagonista consigue el reencuentro con la hija pródiga en mitad del desierto. Después habría metáfora, habría imágenes preciosas, habría mensaje, habría, al fin, un final; un viaje y un propósito. Pero Laxe no está ahí, no le importan esos personajes vacíos y secos como la lengua tras un día de 'rave' en el desierto. Pasa de ellos, por suerte, porque la vida está llena de personas que son un pan sin sal (o peor, que se creen que tienen carisma y son unos pelmas) y que también pueden tener una historia interesante, aunque ellos no lo sean.



Fotograma de 'Pacifiction', de Albert Serra

Así que Laxe cuenta la historia de estos tipos pequeños para hacer una película grande, y como ellos no nos importan él hace que importen las imágenes, lo que rueda, y deja una escena [juramos que no habrá destripamientos aquí] que no se olvida, un giro de guion que no solo es lógico sino que, además, es «más lógico» que el 'Deus Ex Machina' al que Hollywood y Cannes nos han malacostumbrado.

Laxe, en lugar de mirar a sus personajes, elige mirar a los espectadores y les da algo diferente en una época de sobreabundancia de cine y de series, de contenido plataformero, de 'reel' va y 'story' viene, de mira qué plano secuencia. Rueda algo memorable en plena época de la atención líquida. ¿Qué más da el destino de los tipos esos? Es mejor el viaje. Sin ácido, claro. Porque Laxe no se hace un 'Titane' o un 'Sparta' para provocar al espectador un revoltijo y que le den ganas de no volver al cine hasta que se invente lo de 'Men in Black' para borrar recuerdos. Al contrario, Laxe pone luz a unos personajes que pueden ser poco memorables, pero de los que se recordará su destino. Eso vale el precio de una entrada.

Porque desde Los Ángeles hasta Alcarrás, provincia de Lérida, está claro que lo de siempre, lo lógico, es hacer del héroe o del villano alguien atractivo o interesante para que el espectador empatice. Ahí llega el 'avioncito', abre la boca, ¡qué crack es el Joker! «Si tú pones en una máquina todo el audiovisual que se hace en el mundo, yo podría decirte que el 95% se dedica a la distracción o a la destrucción. A narcotizarnos para que sigamos viviendo con una imagen idealizada de nosotros mismos. Es decir, neurotizados», dijo en estas páginas Óliver Laxe.

La lógica dice que hay que construir un personaje que interese para que la película interese. Si el personaje es bueno, lo demás ya tal. Salvando -y mucho- las distancias, esto es igual que lo que hacen algunos para calibrar si una película es buena o mala: si encaja en mi visión ideológica del mundo, es buena; si Roca Rey mata a seis toros, es mala.



Oliver Laxe

Y con esas, muchos críticos cortocircuitaron con 'Tardes de soledad', donde Albert Serra tomó su decisión más conservadora e hizo del protagonista un héroe, que es justo lo contrario de lo que había hecho en 'Pacifiction': ¿qué hacía aquel hombre en

la Polinesia y por qué nos interesaba? Nada, claro, pero el desdén por el 'prota' quedaba eclipsado por escenas inolvidables. Igual que los 'raveros', que podrían haber tenido su viaje en una playa de surferos llena de tiburones. Y en ambas Sergi López, allá y acá, con la misma cara de a verlas venir. La vida. Gente poco memorable bien encuadrada.

FARO DA CULTURA

PAÍS: España
PÁGINAS: 4
AVE: 4312 €
ÁREA: 630 CM² - 77%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 16272
OTS: 174000
SECCIÓN: CULTURA

12 Junio, 2025





Oliver Laxe na rodaxe de *Mimosas*. Nas imaxes pequenas: o director galego no festival de Cannes e fotograma de *O que arde*.

FOTOS: ARQUIVO

Entre o real e o mito

costumismo espiritual de Oliver Laxe

B ÉCT D P4E O5' D

Coa pretensión de impoñer un trazado máis nítido na difusa liña que separa o documental da ˘icción —liña coa que certa ¸ ta do cinema moderno amosa unha fascinación—, liver Laxe aludía a unha preciosa metáfora que comparaba o ˘abor dun director de cine ˙oa actitude dun cazador que sabe ˆue ˘ ¸ a a presa cara ao seu obxecti- ¸ o, mesturado tal proceder cunha actitude, máis de pescador, que está a agardar a súa peza. Esa dualidade ntre a realidade —de certo, o cine de Laxe sixe un termo máis próximo a «o real» de Jacques ! a- ˙an˝ e mai a fi¨ ión — aquí, en troques, encaixa mellor a idea de mito—, e que de ˘orma iniciática quedou reflectida na súa primeira longametraxe, *Todos vós sodes capitáns* (2010), documental que interactuaba coa pedagoxía da gramática audiovisual, semella acompañar a ˘ulgurante carreira fílmica do cineasta $alego nado en 0arís. Semellante dicotomía real-mito permite ao espectador realizar un percorrido zigzagueante que agora invade unha dimensión e agora invade outra, pero que sempre revela un tránsito desde o físico (real) ao espiritual (mito), en termos moi imilares aos expresados décadas atrás por dous dos seus $randes referentes: 4 ndrei 5arkovksi e Carl Theodor Dreyer.

Así acada ! axe, por exemplo, na súa segunda longametraxe, *Mimosas* (2016), amosar esa dualidade entre o mundo sensible e o mundo da alma, con sa caravana a modo de : stern (físico) ˆue atravesa as montañas do Atlas +Marrocos) ˙oa misión de trasladar un patriarca moribundo onde a súa aldea natal para a úa epultura inminente.

Fronte ás formas do simulacro do real que presentan os medios de comunicación actuais ou o ˙inema convencional, o director galego propón unha percepción non motiva da realidade a partir da reivindicación autoconsciente da forma reprodutora da étima arte, como ese costumismo honesto do rural que enxergamos en *O que arde*, sobre todo nas scenas na cociña da ˙asa da nai, que procuran o poder ¸ ocador da imaxe e dos silencios. Costumismo que ¸ ai máis alá nas scenas reais dos incendios, un contido documental que xa intentou filmar na súa curtametraxe *París #1* (2008).

O ˆue e converte, entón, en obxectivo primordial da ˙ámara, é todo aquilo que semella carecer de importancia, porque ˙ando todas as historias xa foron contadas, ˆuizais exa preciso observar os eus tempos mortos para capturar o que existe entre as imaxes. Este ˙ine non pretende dar respostas ao espectador˜ enón formular preguntas facelo partícipe da tarefa de desvelar o mundo. O propio liver Laxe afirmou no seu día que desvelar «é unha palabra moi ˙inematográfica». É dicir; que para rev lar algo, para dicir ou amosar algo, tes que ocultado. Ou sexa, que no ˙inema a maneira de er máis comunicativo e claro co teu espectador, o xeito de facer que algo ˘le queda na alma, é a través do ¸ o, da scuridade ou do misterio.

Con *Sirat* (2025), liv r Laxe ¸ olv ˙ombinar, como xa fixera en *Mimosas*, unha travesía por scenarios nus e cheos de po, apegados a un sfera física, pero que conduce os eus protagonistas —un home mais o seu fillo na procura da filla daquel, perdida nunha ra- ¸ por ; arrocos— ˙ara a unha viaxe espiritual. propio título da ˘ongametraxe, *Sirat*, ignifica en árabe algo así como (o camiño do inferno ao paraíso». De novo a dualidade presente, e de novo o concepto de trav - sía. 0odemos entender esta viaxe como algo contraposto ao que facía o personaxe pirómano de *O que arde*, quen despois de recuperar a súa liberdade chegar á casa da súa nai no monte galego -coa horta, a leira, a cociña e unha proxenitora que nada máis chegar lle pregunta e el "a xantara-, sente que unha pulsión interna o ˘ ¸ a a converter todo ese «paraíso» rural nun inferno, pro- ¸ ocando un novo incendio capaz de arrasar con todo.





Curtametraxes

Antes de debutar coas ˘ongametraxes ˝ catro películas premiadas todas las no Festival de Cannes— liver Laxe iniciou o seu percorrido no univ rso cinematográfico con ¸ arias ˙urtas que "a apuntaban, dalgún xeito, a úa singular mirada. No ano 2006, en colaboración con Enrique Aguilar, rodou en Londres *E as c emineas decidiron scapar* (2006), onde imaxes de máquinas antropomórficas emellan quereren destruír a paisaxe.

Máis tarde, en Tánxer, proseguiu con *Suena una trompeta, ahora veo otra cara.* 7 esta ¸ ez, a monstruosidade ¸ en reflectida polas obras dos estadios de fútbol en Marrocos. Xa en Galicia, con *París #1* realiza a última curta antes de introducirse no mundo das longametraxes. 5res proxectos documentais que, máis que un adestramento da técnica para un futuro ˙ineasta, ¸ erían er unha práctica para exercitar esa mirada propia que busca ¸ ocar significados alén da fisicidade das imaxes. 0orén, antes de rodar a súa terceira longa, *O que arde* (2019), Laxe filmou outra curta documental no rural galego: *O salvaxe leva o seu tempo* (2018), filme composto de estampas da natureza e dun cabalo ˆue está a ser domesticado en medio dun monte onde os muíños modernos executan o seu mov mento cadencioso

Atlántico Diario

PAÍS: España
PÁGINAS: 11
AVE: 1688 €
ÁREA: 389 CM² - 59%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2201
OTS: 9000
SECCIÓN: VIGO

12 Junio, 2025



Oliver Laxe revolucionó el estreno de 'Sirat' con su presencia de Vigo

El director participó en el coloquio de la película, ganadora del Premio del Jurado en Cannes, que no dejó indiferente a nadie

ANA BAENA/M.MARTÍN. VIGO
abaena@atlantico.net

■■■ Oliver Laxe estuvo ayer en la ciudad y trajo con él todo ese glamour no buscado, pero que caracteriza a los grandes del audiovisual. Participó en el coloquio de los cines Norte tras la proyección de "Sirat", su última película que obtuvo el Premio del Jurado en el festival de Cannes. Logró así un pleno de cuatro, ya que todos sus filmes fueron distinguidos en la cita francesa: "Todos vós sodes capitáns" (2010), con el premio Fipresci; "Mimosas" (2016) ganó el Gran Premio de la Semana de la Crítica y "O que arde" (2016) que también llevó el Premio del Jurado.

El cineasta comenzó la gira de presentación en la aldea donde vive, Navia de Suarna. "Parecíanos moi simbólico comezar en casa. Se teño que estrenar algo, téñoo que facer na miña casa, onde sei a quen podo convidar, que a miña xente me vai a coidar", afirmó el director en declaraciones a prensa, para quien no sería justo ir con el premio a Madrid, cuando vive aquí. Laxe llegó a Vigo con todas las localidades de la función vendidas desde hace días.

La expectación era máxima y la película no defraudó. Para Marcos Martín, responsable de la edición digital de **Atlántico**, "es una película que no deja indiferente y que puede provocar todo tipo de reacciones, desde la fascinación al shock o una respuesta drástica como la de levantarse de la sala e irse".

Logra transmitir en sensaciones lo que cuenta en imágenes: La búsqueda de Mar, una joven desaparecida en una rave del desierto. Su padre y su hermano esperan encontrala en la última fiesta clandestina de la temporada y se unen a un grupo de raveros en su viaje iniciático.



Oliver Laxe participó ayer en el coloquio de la película "Sirat" en los multicines Norte. DANI SUÁREZ

OLIVER LAXE: "PASOUNOS MOITAS VECES NA NOSA RELACIÓN CO CINEMA QUE SAÍMOS HABITADOS POLAS PELÍCULAS"

El puente entre el paraíso y el infierno. Eso es el significado del término "Sirat" que describe perfectamente el contido y la intención del film. Oliver Laxe. Radical, atrevida y original son los apelativos utilizados por Martín para describir la cinta. Pero también aporta para el otro lado de la balanza, ya que la calificó de extraña y difícil de describir, puntualizando, que aun así "fue toda una experiencia".

La proyección comenzó sin presentación, ni intervenciones previas. Se apagaron las luces y comenzó la proyección. "Uno se siente desubicado al principio, como sus protagonistas", apunta el enviado de este medio. Destaca que "en lo clásico no deja de ser una 'road movie' por el desierto que se convierte en una historia de supervivencia. La evolución de la película es impactante".

Como pasa en "O que arde", esta nueva propuesta de Laxe, en palabras de Martín, "es muy potente desde el punto de vista sensorial, mientras que en la forma le da tal dimensión que en vez de un viaje por el desierto parece un viaje a Marte o al Espacio".

Tras los títulos de crédito, el cineasta, acompañado por su productor, Xavi Font, se dirigió al público, invitándole a intervenir. "Non pasa nada se ninguén quere facer preguntas ou se non hai comentarios, eso quere dicir que fixen ben o meu traballo", bromeó.

Explicó que con "Sirat" busca algo más que entretener. "É unha mágoa porque ás veces o cine invítanos a un certo abandono, a baixar o volumen da cabeciña para que outras presencias, outras emisoras asuman o corpo e o corazón, pero tamén nos pasou moitas veces na nosa relación co cinema que saímos habitados polas películas".

Consciente de la complijidad de su propuesta, insistió en que "os que queiran marchar que o fagan, non nos ofendemos; en Cannes, un festival onde a maioría dos espectadores van traballar e cada día ven cinco películas, pasou iso, que despois de 'Sirat' houbo quen precisou saír, pasear, saborear o que viran".■

La Voz de Santiago

PAÍS: España
PÁGINAS: 6
AVE: 411 €
ÁREA: 21 CM² - 19%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN:
OTS: 249000
SECCIÓN: AREA METROPOLITANA

13 Junio, 2025



PARA TODOS LOS PÚBLICOS

Curtocircuíto 2025

Oliver Laxe llevará a la praza da Quintana la «rave» de «Sirat»



Una escena de la película de Oliver Laxe. QUIM VIVES

El cineasta Oliver Laxe llevará la música de su última película, «Sirat» -con la que obtuvo el Premio del Jurado en Cannes-, a la praza da Quintana, en el marco del festival Curtocircuíto, junto al músico francés David Letellier, más conocido como Kangding Ray, creador de la banda sonora. El público podrá sumergirse el próximo 4 de julio en la rave de 'Sirat' con un espectáculo audiovisual en directo que, basado en la música de la película, ofrecerá «un viaje inmersivo y sensorial por el desierto empleando imágenes no utilizadas en el montaje», informa en un comunicado la organización del festival.

Kangding Ray, figura clave dentro de la escena electrónica europea, obtuvo también el Premio a la Mejor Banda Sonora en el Festival de Cannes por su trabajo en la película y ahora, bajo el título Sirat Live Soundtrack AV, ofrecerá una actuación exclusiva con la participación de Adrián Canoura, que colaborará con Laxe en el diseño visual de este espectáculo, abierto y gratuito.

Además, ambos artistas ofrecerán una charla en el Principal sobre el proceso de creación de la banda sonora de «Sirat», con la intención de profundizar en una de las principales líneas de la programación de Curtocircuíto: la convergencia entre el arte sonoro y la imagen.

El festival presentará además una programación musical y visual con nombres relevantes de la escena contemporánea como Martín Messier (Canadá), Amélie Duchow (Alemania), Neutro Gris y nodoaviom (Valencia), y Carme López e Irene Sáenz (Galicia).

elCorreoGallego

PAÍS: España
PÁGINAS: 25
AVE: 801 €
ÁREA: 52 CM² - 22%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3958
OTS: 36000
SECCIÓN: SANTIAGO

13 Junio, 2025



‘Sirat’, la rave de Oliver Laxe, en la Quintana

La actuación del frances Kading Ray, autor de la banda sonora premiada en Cannes, es el 4 de julio

VALERIA PEREIRAS
Santiago

Arropada por un auténtico aluvión de buenas críticas, *Sirat*, el nuevo largometraje de Oliver Laxe, se estrenó esta semana en los cines. Tras alzarse con el Premio del Jurado en la pasada edición del Festival de Cannes, el film está consolidándose como uno de los grandes acontecimientos del cine europeo de este año. Ahora, el público compostelano tendrá la oportunidad de sumergirse también en su universo sonoro: el próximo 4 de julio, la Plaza de la Quintana acogerá una actuación en directo del artista detrás de la banda sonora del filme. Un evento incluido dentro de la programación AVs del Festival Internacional Curtocircuito.

La música de *Sirat*, compuesta por el francés David Letellier —conocido internacionalmente como Kanding Ray—, recibió el reconocimiento al mejor soundtrack en Cannes, un galardón que confirma el peso que tiene el sonido en la propuesta estética y emocional del film. Letellier es una figura clave de la escena electrónica experimental europea, con trabajos que transitan entre lo techno, la música ambiental y la composición contemporánea. Su directo en Santiago, en un espacio tan simbólico como la Quintana, promete ser una experiencia única que fusionará cine, música y territorio.

El propio Oliver Laxe se encargó de anunciar la actuación el lunes durante una conversación con el público tras el pase de *Sirat* en Numax, donde compartió detalles sobre la gira internacional de la película y la voluntad de traer a Compostela parte de la atmósfera mística y sensorial que el film recrea. «Lo que vamos a hacer el 4 de julio será algo especial», adelantó el director.

AVs Curtocircuito

Dentro del programa AVs del Festival Internacional de Cince Curtocircuito, que se desarrollará entre el 1 y el 6 de julio, la escena gallega estará también representada por la investigadora e intérprete Carme López, que se unirá a la artista ferrolana Irene Sáenz en un espectáculo que consistirá en un concierto de López de experimentación con el sonido de la gaita para llevarla del folk al minimalismo drone. Un show teñido por Sáenz con luces líquidas y capas de texturas proyectadas.

El programa se completa con las actuaciones de la artista alemana Amelie Duchow, integrante de Female Pressure, que presentará su proyecto *Logos mater*, una reflexión sobre la lengua como forma sonora universal. El canadiense Martin Messier, en cuyos espectáculos convergen tecnología y elementos naturales, vuelve a Curtocircuíto para presentar la performance *1 drop 1000 years*, una pieza que explora el equilibrio planetario a través de corrientes de agua y su resonancia en los cuerpos.

Y Neutro Gris presentará un *live* que explora el paso del tiempo a través de imágenes de archivo en las que temáticas como la violencia, la inocencia y el amor se contraponen dentro de un marco *core* y post internet.

El Progreso

PAÍS: España
PÁGINAS: 62
AVE: 666 €
ÁREA: 13 CM² - 11%

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

13 Junio, 2025



O cineasta naviego Oliver Laxe levará a rave de 'Sirāt' ao festival Curtocircuíto

AXENCIAS

SANTIAGO. O cineasta naviego Oliver Laxe levará a música da súa última película, 'Sirāt' —coa que obtivo o Premio do Xurado en Cannes—, á Praza da Quintana, en Santiago, no marco do festival Curtocircuíto, xunto ao músico francés David Letellier, máis coñecido como Kangding Ray, creador da banda sonora.

O público poderá mergullarse o vindeiro 4 de xullo na rave de Sirāt cun espectáculo audiovisual en directo que, baseado na música do filme, ofrecerá "unha viaxe inmersiva e sensorial polo deserto empregando imaxes non utilizadas na montaxe", segundo informou a organización do festival Curtocircuíto nun comunicado.

MELLOR BANDA SONORA. Kangding Ray, figura clave dentro da escena electrónica europea, recibiu tamén o premio á mellor banda sonora no festival de Cannes polo seu traballo na película e agora, baixo o título 'Sirāt Live Soundtrack AV', ofrecerá unha actuación exclusiva coa participación de Adrián Canoura, que colaborará con Laxe no deseño visual deste espectáculo, aberto e de balde.

Ademais, ambos artistas ofrecerán unha charla no Teatro Principal, tamén en Santiago, sobre o proceso de creación da banda sonora de 'Sirāt', coa intención de afondar nunha das principais liñas da programación de Curtocircuíto: a converxencia entre a arte sonora e a imaxe.

FARO DE VIGO

CRÍTICA DE CINE

O camiño, a verdade e a vida

Crítica de cine de «Sirât»



Secuencia de «Sirât» / Quim Vives

Carmen Villar 11 JUN 2025 11:28

Vivir e facer filmes non é tan diferente. Os seres humanos adoitan planificar, prever, pór orde, establecer obxectivos, marcarse metas. Disque o camiño se fai ao andar, pero para iso hai que tirar cara a algures. Supoño que os directores de cinema sofren do mesmo ben. No periplo que emprenden van aparecendo suxestións, desvíos, novas opcións,e por iso o que podía ser unha road movie metafórica ten moito de xéneros posapocalípticos, de viaxes ao corazón das tebras, de cinema social, de drama familiar e humano, de homenaxe aos herdeiros de «freaks», seres incompletos todos nós, por dentro ou por fóra... Van variando as Ítacas, pero mantense a importancia da navegación. A vida é o camiño.

Todo iso é «Sirât», unha experiencia cinematográfica sibarita oposta ao fast food de Hollywood, que confirma que Oliver Laxe vive e que o fai con intensidade e sabedoría, xa que é capaz de asinar un inmenso poema filosófico e de facelo estoupar dentro dos nosos ouvidos cando algúns aínda poden estar distraídos

pola métrica. Hai quen sae da sala coa faciana desconcertada, conxestionda polo que acaba de ver-vivir sen atender que neste tratado filosofico vital todo é, como acontece ao sur do mare nostrum, unha inmensa parabóla das vidas, todas elas travesías polo deserto, todas elas pragadas de vales e de montañas, de momentos de soidade e de compaña, de regocixo e de bágoas.



Segi López, nun momento de película «Sirât» / Quim Vives

O proceso inmersivo está plenamente garantido por unha interfaz absorbente e sutil que é quen de delimitar con minuciosidade os fíos que xunguen a existencia e as relacións entre as persoas e mesmo a conexión entre as persoas e o espazo e o tempo no que habitan, unha encrucillada existencial na que o azar ten un rol polo menos tan relevante como o da vontade.

En «Sirât» todo é fermoso: non só o que se ve, as paisaxes ou os intérpretes non profesionais que desprenden vida, como acontecía en «Mimosas», enxalzados por unha luz e unha fotografía divina, senón tamén o que se escoita. O son, tratado con deferencia e afecto, é un coprotagonista. Turran por nós a materia e a enerxía e as súas vibracións, que nos atan ao mundo físico, a frecuencia á que vibra un universo no que todo está feito de po de estrelas.

Ambiciones monumentales

«Sirât» é unha pelicula chea: sobre todo chea de respecto polo lugar que ocupamos no mundo as persoas, perdidas, pero sempre facendo como que nos diriximos a algures, créndonos libres, mesmo cando damos voltas a unha roda, e efémeras coma a choiva sobre ese po que o conforma todo.

Existencialismo vén de existir, pero «Sirât», malia todo, empéñase tamén en ser e en rescatar para o primeiro plano o verdadeiramente importante: o que acontece nas marxes.

La Región

PAÍS: España
PÁGINAS: 59
AVE: 3385 €
ÁREA: 258 CM² - 48%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7280
OTS: 55000
SECCIÓN: SOCIEDAD

13 Junio, 2025



¡Buone visioni!

"Sirat": unha odisea cara ao abismo



SIMONE SAIBENE
Director de cine.
Condutor do programa "Cinephilia" de Telemiño.

Hai artistas que parecen predestinados, desde os seus comezos, a coleccionar éxitos. Oliver Laxe é un deles. En principio, coa curtametraxe *Paris #1* (2008) arroupado polo núcleo do nacente Novo Cine Galego, ata converterse, a través de Thierry Frémaux – antes programador e logo director do Festival de Cannes desde o 2020 – nun 'habitué' do certame francés. Un autor sempre rodeado duns colaboradores fora de serie. Os produtores Felipe Lage, Andrea Vázquez, Analia G. Alonso, Xavi Font e agora tamén os irmáns Almodóvar, e cun dos directores de fotografía máis talentosos e pouco aproveitado do panorama español como Mauro Herce, que acompañaron o cineasta nas distintas fases da súa carreira, compartindo os éxitos de *Todos vos sodes capitáns* (2010), *Mimosas* (2016), *O que arde* (2019) e, agora, de *Sirat Trance en el desierto*, premiado ex-aequo polo xurado no último Festival de Cannes.

Sirat significa 'ponte' ou 'camiño' en árabe e fai referencia á ponte que conecta o inferno co paraíso. Tamén pode interpretarse como 'o camiño recto' ou 'o camiño que conduce á verdade', un pasaxe moi estreito, difícil de cruzar e que as persoas deben atravesar no Día do Xuízo Final. A última longametraxe de Laxe, cun guión que poderíamos definir 'evitativo' no sentido que afástase de calquera complicación psicolóxica, constrúe a súa narrativa sobre símbolos, nunha sucesión de poderosas imaxes e unha hipnótica banda sonora orixinal techno minimalista firmada por Kanding Ray. Por momentos semella ao que Pier Paolo Pasolini chamaba 'cine de poesía', un concepto adoptado polo cineasta para definir os seus filmes a mediados dos anos sesenta e setenta. Películas que intentaban recuperar a verdadeira esencia do cinema, intrínseca nas imaxes.

No filme, un home (Sergi López) e o seu fillo (Bruno Núñez) chegan a unha rave perdida no medio das montañas do sur de Marrocos. Buscan a Mar, a súa filla e irmá, desaparecida hai meses nunha desas festas permanentes. Mentres reparten a súa foto aos asistentes, coñecen a un grupo de raveros e deciden seguilos ata o último baile que se celebrará no deserto, onde esperan atopar á moza desaparecida...

Sirat é unha road movie ao igual que *Pajaritos y pajarracos* (1966) de Pasolini, unha película de carreteira simbólica, unha odisea cara ao abismo. Como subliñaba antes, o filme non se preocupa de investigar a psicoloxía dos personaxes que transitan na pantalla, pero os seus rostros e corpos, con todas as súas imperfeccións e, por suposto, unicidade, son moi veraces. A música crea unha simbiose perfecta coas imaxes e a montaxe, fan que o filme avance a pesar de que as situacións resulten bastantes repetitivas.

Ao igual *Sirat* xoga co cine de xénero. As referencias a *Mad Max* de George Miller ou ao cine post apocalíptico dos anos setenta, incluso a un clásico da contracultura estadounidense como *Easy Rider* (1969) de Dennis Hopper, serven como referentes estéticos, encaixando perfectamente co mundo crepuscular, ravero e polvoriento, levado á pantalla por Laxe.

A escena final de *Sirat. Trance en el desierto* deixa a porta aberta á interpretación. Persoalmente o filme paréceme representar unha escaleira que vai do paraíso ao inferno, un descenso, e non ao revés. *Sirat* é unha trance que conduce a un abismo desesperanzador.

(RE)CORTEN

Remata a rodaxe de "monstro"

Rematou a rodaxe de "Monstro", a segunda longametraxe de Andrés Goteira, un thriller que explora a tensión entre o medo e a identidade. A cinta está protagonizada por Antonio Durán "Morris" e Iván Marcos. A rodaxe foi en plena natureza en localidades de Lugo e Ferrol e está producida por Gaitafilmes coa colaboración doutras firmas en coprodución como Mordisco Films e Indígena Films.



mondo sonoro



Cine - Series **Oliver Laxe**

Crítica de 'Sirât', película española galardonada en Cannes

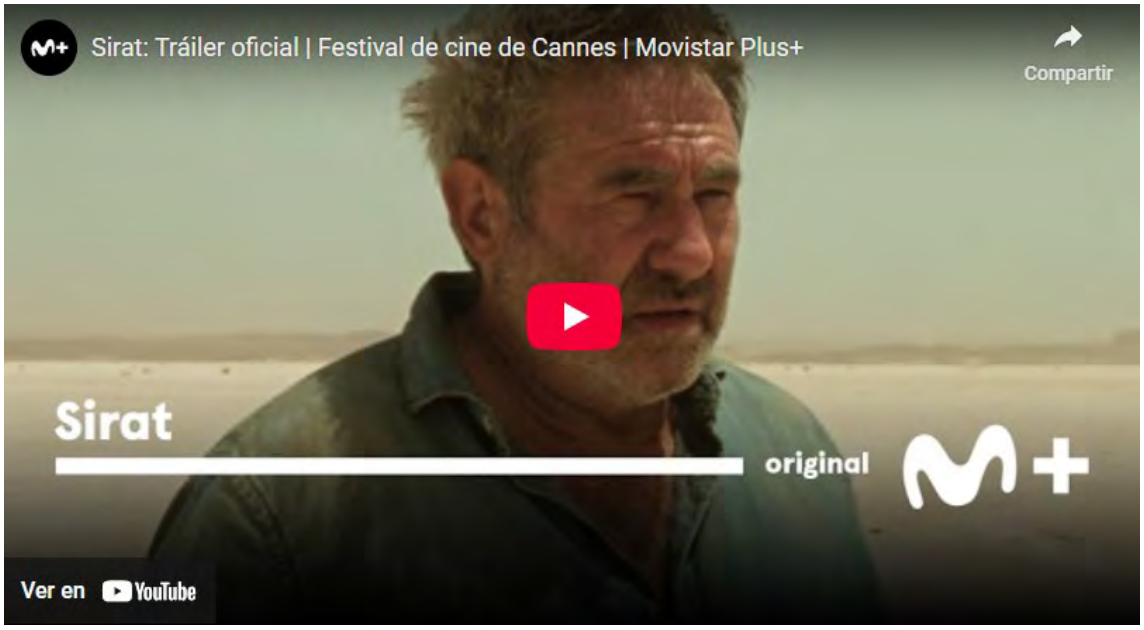
★ 9 / 10

José Martínez Ros — 11-06-2025
Empresa — El Deseo / Movistar Plus
Fotografía — Cartel de la película

Según una vieja tradición islámica, Siràt es un puente sobre el infierno que todos deberemos cruzar en el Día de la Resurrección. Los condenados no podrán atravesarlo y caerán al fuego eterno. Es una idea que resume muy bien lo que es la extraordinaria cuarta película (si contamos los documentales) del director gallego Oliver Laxe, por la que volvió del festival de Cannes con un merecidísimo Premio del Jurado.

Asistimos a una ordalía, una prueba de fe, que superan muy pocos de sus personajes; y los que lo consiguen, quedan tan maltrechos física y, ante todo, psíquicamente que no tienen demasiado que envidiar a los caídos. Si no fuera también una experiencia visual y sonora tan trascendente, sería fácil calificarla de sádica. Pero, igual que con el desierto, que representa con una fuerza inaudita y alucinante (el director de fotografía Mauro Herce tendría que llevarse un buen número de premios por su trabajo, al igual que la estupenda banda sonora electrónica de Kangding Ray), uno no puede enfurecerse con algo tan hermoso y desolador.

También se la puede ver, desde luego, como un remake libre, trasladado al siglo XXI y a la subcultura rave, de "El salario del miedo" (1953), la obra maestra de Henri-Georges Clouzot y, más aún, de su maravilloso remake de 1977 "Carga maldita" (Sorcerer), con la que comparte su naturaleza de road movie con camiones pasada por un filtro lisérgico. Esto, y la presencia apabullante del desierto, a su vez, la emparenta con el western místico Alejandro Jodorowsky "El topo" (1970). En algunas entrevistas, Laxe también se ha referido a la saga "Mad Max" de George Miller con admiración y, desde luego, algo hay en "Siràt" de su poesía del metal y la gasolina. El director, y su coguionista, el argentino Santigo Fillol, integran todas estas influencias en una trama tan sencilla como fatídica.



Nuestro protagonista es el gran Sergi López, uno de los pocos actores profesionales del reparto, quien interpreta a Luis, un español que, acompañado por su hijo pequeño, está en Marruecos buscando a su hija mayor, la cual desapareció hace algún tiempo sin rastro. Llega a una rave que se celebra en ninguna parte, al borde del desierto. Cree que puede estar allí, pero nadie parece conocerla. De repente, llegan unos soldados que les informan que han de marcharse inmediatamente. Al parecer ha estallado una crisis internacional, y todos los europeos han de regresar a sus países, esa se ha vuelto una zona peligrosa.

Sin embargo, Luis ha oído a un grupo de pintorescos ravers que, en el interior del desierto, en un paraje cerca de Mauritania, se va a celebrar otra fiesta, una rave secreta. Y Luis decide ir con ellos, con la esperanza de hallarla.

Como uno sospecha desde el principio, ese viaje no va a acabar nada bien. “Siràt” es una película que no tarda demasiado en convertirse en una experiencia demoledora y angustiosa. Los problemas, los imprevistos, a lo largo de un trayecto por pistas desérticas y carreteras sin asfaltar en las montañas se van haciendo pronto cada vez más graves. ¿Pero quienes serán los salvados y quienes los condenados? Para averiguarlo tendrán que ver la que es, sin duda, una de las dos o tres mejores películas españolas de lo que llevamos de siglo XXI. Y quizás no sólo españolas.

Regió7

CRÍTICA / CINEMA

La ferida profunda de "Sirat"

Un Sergi López enorme protagonitza el quart títol d'Óliver Laxe, una cinta de gran qualitat que no deixa indiferent l'espectador



Sergi López signa una actuació portentosa / FOTOGRAFIA PROMOCIONAL

Jordi Bordas Manresa 11 JUN 2025 13:55

Sirat, en àrab, és el camí, el pont, entre l'infern i el paradís. El títol del quart llargmetratge d'Óliver Laxe ja ens indica eloqüentment que el director gallec ha apostat molt fort i ha intensificat el risc, ja evident en la seva filmografia anterior -imprescindible-, que aplega joies com "Mimosas" i "Lo que arde".

El film ens trasllada fins a les muntanyes del Marroc, on ens trobem el Luis (un immens Sergi López), un pare espanyol que cerca en una rave la seva filla desapareguda. En un panorama incert i agitat -ha esclatat la tercera guerra mundial?-, el protagonista i els organitzadors de l'esdeveniment fugen del caos i busquen un nou indret.

L'estructura inicial respon a les convencions de les "road movies" (pel·lícules de carretera), però l'excels realitzador ja ens deixa ben clar d'ençà de la impressionant arrencada -la celebració de la rave- que estem davant d'una proposta tant radical com extraordinària. "Sirat" porta fins a uns nivells abassegadors el signe d'identitat, aparentment paradoxal, de l'Óliver: un cinema extremadament físic i sensitiu, i alhora abstracte.



I així, teixeix un poema devastador i corprenedor, tant subjugant com colpidor, que esdevé una odissea desesperada i immersiva, carregada d'un humanisme heterodox, que aconsegueix un miracle creatiu: una paràbola apocalíptica que ens submergeix en l'abisme -ens parla indirectament del nostre present atroç- perquè les seves imatges, d'una intensitat brutal, no traspuen el dolor més esquinçador, com ho fan altres obres, sinó que són el dolor.

Un viatge magnètic, desolador, enigmàtic i místic, en què sentim la ferida més profunda perquè la càmera ens colpeja implacablement i esmicola qualsevol tipus de protecció. Una epifania majúscula d'un cineasta major.

La Nueva Crónica

13 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 68
AVE: 3504 €
ÁREA: 509 CM² - 76%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1450
OTS: 7000
SECCIÓN: CULTURA



«Hundimos nuestras cabezas en los altavoces para no escuchar cómo el mundo se derrumba»

PEDRO LUDENA



'Sirat'
Director: Oliver Laxe
Intérpretes: Sergi López, Bruno Núñez, Jade Oukid, Richard Bellamyum...
Género: Drama/Thriller
Duración: 114 minutos

El pasado viernes 6 de junio llegó a las carteleras españolas 'Sirat', término que en árabe hace referencia al puente que conecta el infierno con el paraíso, a través del cual los justos podrán cruzar mientras que los injustos caerán al abismo. A pesar de lo exótico de su título, 'Sirat' es el último tour de forcé de nuestro cine patrio. Una obra atípica, desgarradora e impresionante de la mano de su director, Oliver Laxe ('Lo que arde'), al que tuvimos la oportunidad de escuchar en un coloquio que ofreció este sábado en los cines Golem de Madrid, donde no pudo contener una emoción que embargará a todos los penitentes que se atrevan a atravesar este angosto puente que el director gallego tiende entre la vida y la muerte.

'Sirat', a la que acompaña el subtítulo de 'trance en el desierto' se estrena después de su paso por el Festival Internacional de Cine de Cannes, donde cosechó el codiciado Premio del Jurado y algunas de las mejores críticas de la prensa especializada de todo el festival. Laxe ya había sido premiado en la edición de 2019 por 'Lo que arde', triunfo que también se reflejó en los premios Goya de aquel año, donde se llevó dos cabezones.

La primera impresión de 'Sirat' es lo singular de su premisa: un padre viaja a Marruecos con su hijo en su busca de su otra hija, la cual lleva meses desaparecida y de la que sospechan que puede estar en una rave en medio del desierto. Tras no aparecer en la primera de estas fiestas, padre e hijo se embarcan en una odisea por el desierto junto a otros 'raveros' para llegar al próximo de estos encuentros, con la esperanza de que su hija se encuentre allí finalmente.

Los protagonistas de 'Sirat' son personas rotas, mutiladas en cuerpo y alma, que buscan encontrar en el desierto las piezas restantes en sus existencias incompletas. Luis y Esteban, el padre y el hijo, buscan a su hija y hermana, respectivamente, mientras que el variopinto grupo de amigos al que acompañan prosigue en su constante huida hacia delante de un mundo en el que salta a la vista que no encajan. A lo largo de su desventura, el yermo marroquí se revelará como un purgatorio polvoriento y caprichoso, que juzgará a unos y a otros sin más criterio que el azar ni más clemencia que la de la naturaleza. Las arenas de 'Sirat' esconden una fábula del mundo más allá de su horizonte, donde la tragedia y la muerte son los orfebres de nuestras vidas, haciéndonos crecer a costa de perder a quienes nos rodean, permitiéndonos encontrarnos a nosotros mismos cuando todo a nuestro alrededor queda desierto.



Un fotograma de la película 'Sirat', dirigida por Oliver Laxe.. :: L.N.C.



No obstante, envolviendo toda la obra, por encima de las alegrías y las penurias, se encuentra la música. Y no de cualquier género, sino música electrónica. Música abstraccionista, monótona, hipnótica, impasible ante un mundo al que no pertenece. Decía Oliver Laxe en su coloquio que la música techno no es humana, no se genera con instrumentos de viento o de cuerda, sino con sintetizadores y programas informáticos. Asimismo, citó una expresión propia del mundo de las raves: «Hundimos nuestras cabezas en los altavoces para no escuchar cómo el mundo se derrumba». Es esta música, ajena y extraña, la que dota a 'Sirat' de una atmósfera hasta cierto punto fantástica, un hilo que entrelaza a todos los personajes y que teje una experiencia alienígena para una historia profundamente humana.

Desde luego, no es fácil hablar de 'Sirat', como tampoco lo es verla, al menos no sin que se te encoja el corazón; pero vale la pena dirigirse al cine más cercano y disfrutar de una experiencia para la que sobran las palabras. A pesar de ello, tras su visionado en la sala 2 de los cines Golem de Madrid, los espectadores pudimos charlar con el cineasta detrás del filme, que parecía tan sobrepasado por nuestras preguntas como nosotros por su película. Con la cadencia característica de los artistas que concentran su elocuencia en su obra, Oliver Laxe rumió cada cumplido y cada cuestión sobre su película, como si revisitase todo su largometraje en cada intervención. Confesó lo doloroso que llegó a ser para él escribir y filmar las partes más dramáticas de 'Sirat', cualquiera que la vea entenderá por qué, y su esperanza en que la película guarde algo diferente para cada espectador. Para él, la cinta habla de su manera de entender la muerte, de cómo nos marca con heridas abiertas que dejan cicatrices nostálgicas y, a su manera, bonitas. Fue mientras relataba la catarsis que sintió al asistir a una proyección en su Galicia natal, rodeado de amigos y otras personas que compartían sus respectivas heridas, cuando detuvo el coloquio entre sollozos, sobrecogido por una emoción que, literalmente, atravesaba la pantalla.

Pikara MAGAZINE

‘Sirât’, carretera perdida hacia el apocalipsis en tu corazón

La última película de Oliver Laxe se ha llevado el premio del jurado de Cannes y ha destrozado el corazón de las personas que han llenado las salas en el fin de semana de su estreno. Pero a eso vamos al cine, ¿no?

Texto: Irantzu Varela



11/06/2025

No tengo ni idea de qué va Sirât. Tampoco tengo claro si me ha gustado o no. Hay gente a la que le ha parecido una obra maestra y habrá gente a la que le ha parecido un timo. Pero lo que es imposible que le pase a nadie con esta película es que le deje indiferente. Y eso es el cine, supongo.

Tú vas a ver una películas sobre raves y el principio te da lo que buscas. La construcción de un tótem al que adorar en forma de torre de altavoces, los feligreses de la música electrónica entregados a la construcción de la pirámide efímera, preparan el ritual que se viene. Gente que se parece a gente que has visto a nada que hayas salido de farra por donde hay que salir, un musicón que ya les gustaría a las raves de verdad, gente puesta, bailando en trance, chocándose sin hostilidad y dejándose acunar por los bajos saturadísimos. Una rave en medio del desierto, lo que te esperabas. Un elemento disruptivo, lo que te promete de qué va la trama: un Sergi López que es tan increíblemente buen actor que hace arte de ser una persona anodina; su hijo pequeño, un perrito y una mochila con fotos de un chica con la inscripción “¿has visto a esta chica?”. En algún momento te enteras de que es la hija y la hermana. Ya estaría. Un padre buscando a su hija ravera, para llevarla de vuelta

a casa, a su vida segura, convencional y funcional, justo la vida de la que huye esa gente. En esa fiesta no está, pero unas raveras muy majas que podrían ser tus amigas le dicen que puede estar en la siguiente, a la que van ellas después.

Y tu mente sencilla de personita de presentación, nudo y desenlace se imagina por dónde van a ir las cosas: se pasan la película buscando por el desierto a la hija, que se llama -paradójicamente- Mar, la encuentran, y ella convence a su padre de que no quiere volver al mundo real, con su familia, porque ha encontrado un mundo mejor, al margen del sistema y una familia de la que no huir. Y el padre, que ha podido compartir viaje con las raveras majas, lo entiende y le dice que les llame y les visite de vez en cuando. Pues prepárate, porque ni de coña va de eso. Pero ni de lejos.

Al cine vas a que te despierten los sentidos, y Sirât es un peliculón que desborda lo narrativo y lo visual

*

No se me ocurriría desvelarte de qué va la película, entre otras cosas porque no sabría cómo hacerlo, porque la magia de esta película es lo inesperado. Y eso es mucha magia.

Pero sí te voy a decir por qué ha sido la segunda película más vista en el fin de semana de su estreno, después de Lilo y Stitch (ya sabes, las dos Españas) y por qué todas las personas que ya la hemos visto le hemos dicho lo mismo a nuestra gente: “Hay que ir a verla. Pero no se te ocurra ir de resaca”.

Tienes que verla porque la banda sonora de Kangding Ray es la sublimación de la música electrónica y te hace entender que puede ser la música clásica del futuro. Sales con ganas de ir a bailar, pero es que Kangding te acompaña por el desierto, por los duelos, por el apocalipsis y por la esperanza sistemáticamente generada y destruida en esta película. Yo te diría que la veas en el cine, porque esta peli hay que escucharla con el volumen a tope, para que los bajos te hagan de desfibrilador cada vez que se te pare el corazón.

Tienes que ver Sirât, la película de Oliver Laxe que se ha llevado el premio del jurado del Festival de Cannes, porque el cine es narrativo, en el sentido de que cuenta historias, pero el superpoder del cine es que es también una experiencia visual, auditiva, sensorial. Al cine vas a que te despierten los sentidos, y es un peliculón que desborda lo narrativo y lo visual. La fotografía de Mauro Herce, que también estuvo con Laxe en O que arde y Mimosa, te enseña el desierto como lo recordamos quienes lo idealizamos, hermoso, hostil, un paréntesis del mundo que siempre está a punto de ser tu tumba. Hay imágenes que son experiencias en sí mismas, en esta peli.

Tienes que verla porque tiene algo que tienen pocas películas (Cisne negro, de Aronofsky, por ejemplo) y es que interpela a quien la ve desde un sitio distinto, muy relacionado con la propia biografía y el pus de nuestras heridas vitales. Yo te diría que esta peli va sobre el duelo. Sergi López busca a su hija desaparecida en un rave y apuesta su vida -y la de su hijo- por encontrarla. Y nadie en esta peli, ni en el público -porque vas en la furgo con ellos desde el minuto uno- se imagina un duelo peor que el que les ocupa. Hasta que viene otro. Y así todo el rato, hasta que ya no puedes más, ni los personajes tampoco. Pero has venido a un rave, cari, no al Baile de la Rosa.

Va de las familias elegidas y de crear vínculos, y de que los amores no se buscan, se construyen

*

Sirât es una palabra árabe que significa "camino" y para el islam es un puente que une el infierno con el paraíso. El título no puede estar mejor elegido, pero es que el director francés/gallego no deja nada suelto, aquí no fluye nada. No hay mucho diálogo, pero se podría hacer un análisis semiótico de cada una de las frases: "Como molan", "súbete al coche", "¡haz que pete!", "verás cuando se le pase el shock". Todas esas frases se vuelven epitafios de la esperanza de que la cosa salga bien. Pero nada es predecible. De hecho, tienes que ver esta película, aunque te hayan contado lo que pasa, porque esta película no se puede contar.

También va de las familias elegidas y de crear vínculos, y de que los amores -que se pueden convertir en duelos desde el momento mismo en que empiezas a sentirlos- no se buscan, se construyen. Casi siempre desde la búsqueda común.

Y ¿qué buscan las raveras majas que acompañan a Sergi López a la próxima rave en el desierto? Pues no dirías que huyan de nada, a pesar del prejuicio inicial de quienes no vivimos en camiones ni somos nómadas de la música electrónica y las drogas. (Qué poca droga hay en la peli, para lo que yo he visto en fiestas). Dirías que buscan una vida más simple, más centrada en el presente, con menos necesidades y -por lo tanto- menos preocupaciones. ¿Y quién no?. Todo se comparte: la comida, la gasolina, las herramientas, las drogas, los colchones, las penas, las carreras por el desierto, las decisiones y las heridas. ¿Y quién no quisiera una familia así?

También va un poco del apocalipsis, supongo. El mundo se desmorona y tú y yo, en vez de enamorarnos, como en Casablanca, nos vamos de rave al desierto de Marruecos. Yo me apunto. Pero el apocalipsis siempre te encuentra.

Diría que también va un poco del privilegio de la huida. Escapar es un lujo, siempre. Y hacerlo por voluntad propia y en busca de algo lúdico (si me permitís esta simplificación de lo que es el mundo ravero) es algo al alcance de quienes provienen del norte global, o de la blanquitud, o de cualquier zona VIP de la geopolítica, que siempre es económica. Y nuestras raveras y Sergi se cruzan con gente que tiene la

vida más destrozada que la suya, porque algunas vidas nacen destrozadas. Pero tú ya eres una más de esa familia. Igual porque, como el director francés/gallego, vienes de una zona VIP global.

Hay algo muy real en esta película, y puede tener que ver con el hiperrealismo estético de los detalles pequeños. El departamento de arte, coordinado por Renata Banderas, como el de vestuario, responsabilidad de Nadia Acimi, hacen el trabajo más difícil del cine, que es conseguir que se parezca a la realidad. Si alguna vez has estado en la furgo de una krosti, o si tú misma lo eres, sabrás que tienen la pinta que tenían la de Steff y la de Tonin. Y seguro que te suenan muchas de las pintas que llevan, aunque sea de aquel verano que te viniste arriba con el camping libre.

"Me da igual la verosimilitud, es como ir a las barracas de lo emocional"

*

La elección de raveras y raveros reales, en vez de profesionales de la actuación -que me aventuro a afirmar basándome en que sus personajes se llaman igual que quienes los encarnan, y en que esa cara de farrera solo se tiene si lo eres-, es un acierto enorme. Que me perdonen las profesionales de la actuación, pero sin esa espontaneidad en la generación de vínculos, esa forma orgánica de bailar, y esas caras de haber probado lo que se ha podido, menos la rutina, la película no sería la misma. Y queremos esta peli tal y como es. También es verdad que no lo sería sin el talento completamente excepcional de Sergi López, que es que lo de ese hombre es una cosa tremenda.

Oí a alguien decir que la peli es inverosímil y no lo comparto. Pero, en todo caso, como dijo mi amiga Aranzazu Calleja cuando fuimos capaces de hablar al salir del cine, el sábado: "Me da igual la verosimilitud, es como ir a las barracas de lo emocional".

No siempre las pelis que ganan los premios de los festivales son historias que interpelen o interesen a la gente maja que va al cine a disfrutar del arte. No siempre las pelis donde pasan cosas terribles son buenas. No siempre hay que entender una película para disfrutarla. Pero una peli tiene que generarte emociones. Y yo llevo desde el sábado dándole vueltas y mensajeándome con Aran y Emilia, que vinieron conmigo, y recomendándosela a todas mis amigas. Me recuerda a Carretera perdida, de Lynch, porque esa tampoco la terminé de entender, pero sé que me flipó. Aunque aquí hay poco de onírico y quizás demasiado de realismo, aunque a muchas nos pille lejos.

De momento, lo único malo que le veo a esta película es que le ha gustado a Boyero. Pero eso a nadie le importa.

ileón
elDiario.es

Cine

'Sirât': lo sensorial

La película de Oliver Laxe llega a las pantallas de nuestro país envuelta por ese silencioso pero poderoso atractivo que le otorga haber ganado el Premio del Jurado en el pasado Festival de Cannes



Un fotograma de 'Sirat', pelicula de Oliver Laxe.

Antonio Boñar 11 de junio de 2025

Aseguraba Oliver Laxe en una de sus muchas y recientes entrevistas promocionales que la mayoría del cine actual está cimentado a partir de la estructura sagrada del texto, que está indefectiblemente unido al teatro o la literatura, armado sobre el esqueleto formal que conforman los actos de un relato tradicional.

Es ese cine en el que las imágenes y esa visceral energía que poseen para apelar a nuestras emociones más escondidas quedarían relegadas a una vocación meramente estética o caligráfica. Esa banalidad de lo sensorial es algo que se extrapola perfectamente a esta sociedad contemporánea en la que vivimos rodeados de pantallas, en la que todas esas imágenes que nos estimulan de forma continua se han convertido en una herramienta comunicativa tan dominante como para asfixiar cualquier

atisbo de esa reflexión que sí te permite la lectura, que sí cabe en la pausada contemplación de un cuadro o un amanecer.

Sirât, trance en el desierto es una road movie a través del desierto y las montañas de Marruecos que nos muestra el viaje físico y finalmente también metafísico de una extraña troupe: un padre y un hijo que se unen a unos raveros para intentar encontrar a la hija del primero y hermana del segundo que despareció hace meses en una de esas ceremonias techno. Ambos llevan tiempo viajando de rave en rave con la fotografía de la chica en mano y preguntando por ella, saltando de fiesta en fiesta con su aspecto de gente normal, su coche familiar y una obstinación a prueba de decepciones. Hasta que un día, en mitad del desierto y con la desesperación del que no tiene nada que perder asomando en el horizonte, se unen a ese grupo de raveros que viajan al encuentro de la fiesta definitiva. El camino no solo trascenderá a nuestros protagonistas, le dará vuelta a sus vidas en forma de tragedia, les enseñara el pequeño tamaño de sus miserias o deseos cuando se recortan sobre la inmensidad del irrespirable y colosal paisaje del desierto.

Sirât es un poderoso viaje sensorial que sumerge al espectador en una suerte de trance. El sonido constante y envolvente tiene un brutal poder de afectación, es una sinfonía que canaliza con poética precisión todas esas evocadoras y elocuentes imágenes. La belleza de este filme se explica a través de esa hipnótica experiencia visual y sonora que irrumpe en nuestro interior atravesando clandestinamente lo racional para agitar nuestras emociones de manera casi tribal. Su capacidad de penetración en el espectador es tan pura como ese mismo desierto que tanto fascinaba a Lawrence de Arabia. Porque está limpio, decía el aventurero.

LA PANTALLA

SIRÂT | Lo opuesto a una 'feel good movie'



De Pol Morales · 11.6.25



Oliver Laxe lo tenía muy fácil. Su tercer largometraje podría haber discurrido por la misma senda de sus primeros minutos y convertirse en una buena feel good movie. Uno de esos filmes en los que dos mundos antagónicos, que se repelen, terminan comprendiéndose y trabajando por un bien común. En este caso, la búsqueda de una joven por parte de su padre, su hermano y su perro y un grupo de raveros.

El director de origen gallego nos estaba deleitando con todos los elementos necesarios para una película reconfortante, de la fotografía a la banda sonora, pasando por un plantel de actores no profesionales que dejan huella, hasta que decide "hacer saltar el cine por los aires", en palabras de una crítica de El Mundo resaltada en el póster promocional de la cinta. Y, de repente, la sala enmudece, los espectadores nos recolocamos como podemos en nuestras butacas y nos adentramos en otra experiencia bien distinta.

Hasta ese momento, que por suerte pocos se atreven a desvelar, en un alarde de solidaridad cinéfila pocas veces visto, estábamos sumergidos de lleno en lo que la propia película define como un trance en el desierto. Música y sonidos electrónicos con imágenes bellísimas del Sahara. Raveros de todo el mundo danzando sin parar, ajenos a las altas temperaturas y a un conflicto bélico al que solo asistimos a través de su prisma. Un estilo de vida underground que solemos vislumbrar a través de los medios de comunicación y con todas sus connotaciones negativas.

Y de golpe todos esos elementos estéticos, todo ese impresionante trabajo actoral, se ponen al servicio de una nueva realidad. Del trance pasamos a la crudeza. Del paraíso llegamos a los infiernos, a través de ese puente o sirât más fino que un cabello y más cortante que el filo de una espada. Laxe decide desviarse del sendero que marcaba la película y asume el riesgo de convertirla en todo un trauma. A golpe de drama y de tensión, Sirât termina siendo un viaje desconocido e insospechado que merece la pena sentir en una sala de cine.

A oscuras y en comunidad, no solo compartimos el trance y el trauma sino que podemos apreciar en todo su esplendor la propuesta escénica del director. Como aquellas excavadoras arrollando eucaliptos en mitad de la noche en Lo que arde, aquí las luces de las caravanas sortean a toda velocidad la lobreguez desértica. Por el contrario, los rayos de sol nos ciegan de día mientras bañan el paisaje de arena y polvo. Siempre con el potente sonido electrónico envolviéndonos durante todo el metraje. Sirât es lo opuesto a una feel good movie pero es cine en estado puro.

ABC de Sevilla Sevilla

Las mujeres de parque Alcosa hablan claro: «Los hombres eran muy machistas»

El documental ya está disponible en Movistar Plus



Protagonistas del documental 'Ellas en la ciudad' Movistar Plus+

ABC de Sevilla 12/06/2025 a las 20:51h.

La generación de mujeres, que llegaron a los recién construidos barrios sevillanos en los años 70, se han puesto frente a las cámaras para dar testimonio de lo que vivieron al llegar a estas zonas de la capital hispalense.

Cinco son las protagonistas de 'Ellas en la ciudad', un documental producido por Las Afueras Films con la participación de Canal Sur y original de Movistar Plus, plataforma donde desde el jueves 22 de mayo ya se ver tras su presentación en el Festival de Málaga.

Este largometraje ofrece un retrato muy realista del pasado y presente de la periferia sevillana, tan diferente al centro histórico y a la cara más turística de la capital andaluza.

Este es el testimonio de cinco mujeres, pero la voz de miles que migraron del campo a la ciudad. Ellas fueron las que criaron y cuidaron a toda una generación, y lucharon por conseguir mejores servicios y condiciones para sus barrios.

«Esta es la historia de las primeras pobladoras de los barrios de la periferia construidos en los 70. La mayoría de ellas procedían del campo o de humildes casas de vecinos, y se encontraron con un paisaje completamente distinto: una ciudad hostil diseñada por hombres y que solo tuvo en cuenta lo productivo, unos barrios aislados e inacabados de interminables bloques de hormigón carentes de servicios. Sin embargo, ellas, con los recursos que tenían, tuvieron la capacidad de transformarlos, algo que descubrí en mi trabajo de investigación como urbanista», asegura la directora Reyes Gallegos.



«Los hombres eran muy machistas», recuerda una de las protagonistas en el documental. Esto afortunadamente ha cambiado gracias a que muchas mujeres se movilizaron y lucharon por sus derechos.

Este documental resume el espíritu colectivo de muchas de aquellas mujeres que, lejos de resignarse, fueron pieza clave en la construcción de una nueva realidad urbana y social.

Con 'Ellas en la ciudad', Reyes Gallegos se estrena en la producción y dirección, mientras que Rafael Cobos ('El hijo zurdo') ha colaborado en el guion y ejerce también como productor ejecutivo.

El Confidencial

ESTRENO EN MOVISTAR+ EL 19 DE JUNIO

Los Javis con Almodóvar: "Si en los 80 hubiera existido OnlyFans, habría hecho películas de él"

Los directores de 'La Mesías' han presentado los tres capítulos de 'Pedro x Javis', un documental-homenaje al director manchego donde repasan su vida y filmografía



Los Javis rodeando a Pedro Almodóvar. (Cedida)

Por **Ada Nuño**12/06/2025 - 15:45

"Es algo que no se había hecho nunca, un homenaje al mejor director de España", ha señalado Javier Ambrossi (una de las dos partes que conforman el dúo comúnmente conocido como Los Javis) esta mañana en Espacio Fundación Telefónica, donde se han presentado los tres capítulos de *Pedro x Javis*, homenaje documental que los artífices de *La Mesías* han hecho a Pedro Almodóvar, y que el próximo 19 de junio llegará a Movistar+.

El proyecto nació en realidad a principios del año pasado, con esa extraña rave/espectáculo que Los Javis decidieron montar en el Teatro Calderón para celebrar el éxito de su serie *La Mesías.* Se configuró del todo más adelante, en los Goya, y en realidad tiene tanto sentido que lo único que sorprende es que no se hubiera hecho antes. Es innegable (pues ellos mismos lo confirman) el impacto que la filmografía de Almodóvar tiene en los directores de *La llamada*, que parecen más que dispuestos a recoger el testigo del cineasta manchego.

"Siempre nos pasamos de ambiciosos", ha bromeado Javier Calvo (el otro Javi). "Queríamos hacer una serie de 23 capítulos, uno por cada película, pero finalmente se han quedado en tres".

Según los directores, la serie que recorre la filmografía y la vida de Almodóvar –inseparables, al fin y al cabo, una de la otra– pretende "traer de vuelta ese momento en el que el silencio y la reflexión eran posibles". "Hay algo de juntar las piezas de la carrera de Pedro que se conecta muy bien", ha señalado Calvo, mientras explicaba el arduo trabajo de elaboración del documental (por llamarlo de algún modo), en el que la productora El Deseo se ha prestado a echarles una mano: "Cuando fuimos al almacén y vimos todas las cosas míticas que hay, como los carteles... creo que a más de uno se le saltarán las lágrimas".

Los tres capítulos que configuran *Pedro x Javis* tienen muchos cameos y están formados por bloques o temáticas que, sin duda, son representativos de la filmografía de Almodóvar. El formato es sencillo: Los Javis, sentados en un sofá, entrevistan al director manchego y van deteniéndose en pasajes de sus películas, sin mucho orden, para comprender mejor la vida de un director amado y odiado a partes iguales, que para muchos es el descendiente directo de Luis Buñuel. En pantalla aparecen no solo las mujeres (y algún hombre) fundamentales en la obra de Almodóvar (Loles León, Chus Lampreave, Carmen Maura, Julieta Serrano, Carmen Machi, Rossy de Palma, Penélope Cruz, Bibi Andersen, una Marisa Paredes a la que se hace un bonito homenaje, etcétera), sino también todas esas personalidades que en la actualidad y de algún modo orbitan alrededor de Los Javis (Macarena García, Brays Efe, Albert Pla, Amaia, Nathy Peluso, Álex de Lucas, Alana S. Portero, y la lista sigue).



De alguna forma, *Pedro x Javis* (que no *Javis x Pedro,* porque a veces el orden sí altera el producto) pretende entremezclar el pasado con el presente y mostrar las semejanzas entre el director manchego y los de *La Mesías*, claramente influenciados por ese cine *underground* de la Movida Madrileña, hasta el punto de

que en algún momento les han llovido críticas por eso mismo. Igual que en el pasado se criticó a Alaska y Mario por vender aparentemente una imagen punk para luego "abrazar muchas de las ideas de la derecha" o llevar un estilo de vida "turbocapitalista", Los Javis también han protagonizado polémicas, en ocasiones algo delirantes: el pasado Fin de Año les pusieron a parir en redes sociales por celebrar un evento privado de Nochevieja en su casa con Anne Igartiburu dando las uvas. Tampoco ha gustado que Calvo monte un grupo de música (que se llama *Raya Diplomática*).

> "Yo trabajaba en Telefónica y me compré una Súper 8, nadie me tomaba en serio porque venía del escalón más bajo del 'underground"

Y es innegable no solo la admiración que los directores del mismo nombre profesan por el manchego (no hay más que observar sus rostros al entrevistarle), sino que hay muchas semejanzas en el recorrido vital de ambos. Como el propio Almodóvar se encarga de recordarles: "Yo trabajaba en Telefónica y me compré una Súper 8, nadie me tomaba en serio porque venía del escalón más bajo del *underground.* Mis películas son muy representativas de un país y de la gente que lideraba la noche, porque Madrid era la ciudad en la que había que estar". Javier Ambrossi trabajaba antes de ser director como camarero en un bar de Chueca, aunque *Paquita Salas, La llamada* o *La Mesías* no representan una España (kinki) determinada, como sí lo hacen *Tacones lejanos* o *Mujeres al borde de un ataque de nervios.*



Una imagen del documental. (Cedida)

Pero hay una serie de temáticas que se repiten en las obras de ambos y los propios bloques del documental así lo atestiguan. La sororidad de las amigas, por ejemplo, también las madres. Porque todas las madres que salen en las películas de Almodóvar, como él mismo confiesa, son su propia madre. Las mujeres, en definitiva, pues si de algo pueden alardear ambos cineastas es de dar protagonismo a las mujeres en todas sus variantes: desde la prostituta a la monja. "Siempre he representado a mujeres fuertes y luchadoras que sacaron el país adelante", explica el propio Almodóvar. "¿Crees que los creadores *queer* nos proyectamos en nuestros personajes femeninos?", pregunta Javier Calvo en el primer capítulo de la serie. El manchego asiente: "Esto se ve en muchos autores como Tennessee Williams, Lorca, Gala... detrás de sus personajes femeninos hay un hombre".

> "Detrás de los personajes femeninos de autores como Tennessee Williams, Lorca, Gala... hay claramente un hombre"

Quizá es café para muy cafeteros, pero sin duda es interesante observar cómo ha cambiado el cine de Almodóvar desde *Pepi, Luci, Bom*... hasta la reciente *La habitación de al lado*, probablemente la película menos almodovariana de Almodóvar, pues peca quizá de haberse alejado de lo más representativo del manchego (los bajos fondos). Y aunque ha cambiado, hay otras cosas que, sin duda, se mantienen, incluso en esta última etapa donde la muerte parece ocupar buena parte de los pensamientos del director. "Mis películas no son costumbristas", aclara, "tienen elementos extraordinarios que se hacen naturalistas". Los Javis admiran la creación del director, alegando que en todas sus películas ya va metiendo adelantos de sus futuros filmes, a veces adelantándose décadas, como solo hacen los genios.

No es chovinismo, simplemente necesidad de reivindicar a un director que tiene en su haber dos Oscar, varios Goya y un León de Oro, y que, como él mismo señala, siempre está creando: "De haber sabido que existía OnlyFans, habría escrito sobre él", asegura.

Resume su personalidad muy bien un cachito de una entrevista incluido en uno de los capítulos, rescatado probablemente de las profundidades de la hemeroteca de El Deseo. Almodóvar es joven, lleva su clásico pelo alborotado, y las imágenes están grabadas en una calidad HD cuestionable. Le preguntan: "De no ser usted el cineasta Pedro Almodóvar, ¿quién le hubiera gustado ser?". No tarda mucho en responder, desafiante, con una sola palabra: "Dios".

CulturaOcio

Pedro x Javis, el homenaje a Almodóvar de Calvo y Ambrossi, llega el 19 de junio a Movistar Plus+



Cultura Ocio

MADRID, 12 Jun. (CulturaOcio) -

Javier Calvo y Javier Ambrossi han decidido homenajear a uno de sus grandes referentes, Pedro Almodóvar, con un programa especial que llegará a Movistar Plus+ este 19 de junio. A lo largo de tres episodios, que cuenta con la participación de figuras como Penélope Cruz, Lola Dueñas o Alberto Iglesias, los creadores de La Mesías repasarán la extensa carrera del director manchego.

La idea surge del deseo de los creadores de Veneno de celebrar un homenaje al gran referente de su filmografía. A lo largo de tres programas, titulados Amigas y madres, Ley y deseo y Muerte y cine, se muestran las conversaciones entre Los Javis y Almodóvar en los que surgen confesiones inesperadas, recuerdos emocionados y revelaciones inéditas de la carrera del director manchego.

Además, el homenaje contará con la participación de algunas de las figuras clave de su cine, entre las que se encuentran 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 esencial en su cine que ha protagonizado sus películas más importantes como Mujeres al borde de un ataque de nervios o Dolor y gloria, así como con colaboradores tan cercanos como Agustín Almodóvar, Esther García, José Luis Alcaine o Alberto Iglesias.



El homenaje también 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.

Amodóvar, cuya próxima película será Amarga Navidad, protagonizada por Bárbara Lennie, Victoria Luengo y Patrick Criado entre otros, es una de las figuras más importantes del cine español. A lo largo de su carrera ha ganado numerosos premios entre los que destacan cinco nominaciones a los premios Oscar, de los cuales ganó dos: mejor película internacional en 2000 con Todo sobre mi madre y mejor guion original en 2003 por Hable con ella. Aprovechando el estreno de Pedro x Javis, Movistar Plus+ realizará un programación especial que incluye los 20 largometrajes y dos cortos del director manchego.

Javier Calvo y Javier Ambrossi son los productores y conductores de Pedro x Javis, un programa de cuyo equipo forman parte Brays Efe y Paloma Rando como guionistas. El programa es una producción de Movistar Plus+ en colaboración con Suma Content.

LA VANGUARDIA

Sociedad

ALMODÓVAR DOCUMENTAL

El homenaje de Los Javis sobre Almodóvar se podrá ver el 19 de junio en Movistar Plus+



Madrid, 11 jun (EFE).- La producción documental con la que Los Javis homenajean a Pedro Almodóvar se podrá ver a partir del próximo 19 de junio en Movistar Plus+ a lo largo de tres episodios en los que se repasa la vida y la filmografía del cineasta manchego.

Esa es la fecha del estreno de esta producción, tal y como ha confirmado Movistar Plus+, que desvela que en el mismo están algunos de los actores y colaboradores imprescindibles en su carrera, 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.

Y es que 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, y entre ellos están Javier Calvo y Javier Ambrossi, que ven al cineasta como un referente absoluto. EFE

Movistar Plus+ estrenará el 19 de junio ‘Pedro x Javis’, el programa homenaje a Pedro Almodóvar de 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 ‘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 esencial 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 programas, ‘Amigas y madres’, ‘Ley y deseo’ y ‘Muerte y cine’, la producción ‘Pedro x Javis’ recorre 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’, un programa de cuyo equipo forman parte Brays Efe y Paloma Rando como guionistas, Guillermo 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.

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

Todo Almodóvar en Movistar Plus+

Para celebrar el estreno de ‘Pedro x Javis’, la plataforma lanza una acción especial, desde el 19 de junio hasta el 10 de julio, que recorre la filmografía y el universo creativo del director manchego con los siguientes títulos: ‘La habitación de al lado’, ‘Extraña forma de vida’, ‘La voz humana’, ‘Julieta’, ‘Los amantes pasajeros’, ‘La piel que habito’, ‘Los abrazos rotos’, ‘Volver’, ‘La mala educación’, ‘Hable con ella’, ‘Todo sobre mi madre’, ‘Carne trémula’, ‘La flor de mi secreto’, ‘Kika’, ‘Tacones lejanos’, ‘¡Átame!’, ‘Mujeres al borde de un ataque de nervios’, ‘La ley del deseo’, ‘Matador’, ‘¿Qué he hecho yo para merecer esto?’, ‘Entre tinieblas’ y ‘Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón’.

Diario de Noticias

13 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 731 €
ÁREA: 11 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7976
OTS: 74000
SECCIÓN: COMUNICACION



El homenaje de Los Javis a Almodóvar ya tiene fecha de estreno

La producción se podrá ver en Movistar Plus+ y contará con Penélope Cruz, Rossy de Palma y otros intérpretes

MADRID – La producción documental con la que Los Javis homenajean a Pedro Almodóvar se podrá ver a partir del próximo 19 de junio en Movistar Plus+ a lo largo de tres episodios en los que se repasa la vida y la filmografía del cineasta manchego. Esa es la fecha del estreno de esta producción, tal y como confirmó Movistar Plus+, que desveló que en el mismo están algunos de los actores y colaboradores imprescindibles en su carrera, 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.

Y es que 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, y entre ellos están Javier Calvo y Javier Ambrossi, que ven al cineasta como un referente absoluto. – *Efe*

Noticias de Bizkaia
Deia

13 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 1152 €
ÁREA: 27 CM² - 16%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5936
OTS: 40000
SECCIÓN: KIROLAK



El homenaje de Los Javis a Almodóvar ya tiene fecha de estreno

La producción se podrá ver en Movistar Plus+ y contará con Penélope Cruz, Rossy de Palma y otros intérpretes

MADRID – La producción documental con la que Los Javis homenajean a Pedro Almodóvar se podrá ver a partir del próximo 19 de junio en Movistar Plus+ a lo largo de tres episodios en los que se repasa la vida y la filmografía del cineasta manchego. Esa es la fecha del estreno de esta producción, tal y como confirmó Movistar Plus+, que desveló que en el mismo están algunos de los actores y colaboradores imprescindibles en su carrera, como Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Carmen Machi, Lola Dueñas, José Luis Alcaine o Alberto Iglesias.



Almodóvar junto a Los Javis en el documental. *Foto: Movistar Plus+*

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.

Y es que 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, y entre ellos están Javier Calvo y Javier Ambrossi, que ven al cineasta como un referente absoluto. – *Efe*

Noticias de Gipuzkoa

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 1089 €
ÁREA: 27 CM² - 16%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2810
OTS: 22000
SECCIÓN: MIRARTE

13 Junio, 2025



El homenaje de Los Javis a Almodóvar se verá el 19 de junio en M+

La docuserie, de tres capítulos, cuenta con Penélope Cruz, Rossy de Palma, Carmen Machi o Alberto Iglesias

MADRID – La producción documental con la que Los Javis homenajean a Pedro Almodóvar se podrá ver a partir del próximo 19 de junio en M+ a lo largo de tres episodios en los que se repasa la vida y la filmografía del cineasta manchego. Esa es la fecha del estreno de esta producción, tal y como confirmó Movistar Plus+, que desveló que en el mismo están algunos de los actores y colaboradores imprescindibles en su carrera, como Penélope Cruz, Julieta Serrano, Rossy de Palma, Carmen Machi, Lola Dueñas, José Luis Alcaine o el compositor donostiarra Alberto Iglesias.



Almodóvar junto a Los Javis en el documental. *Foto: M+*

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.

Y es que 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, y entre ellos están Javier Calvo y Javier Ambrossi, que ven al cineasta como un referente absoluto. – *Efe*

SEMANA

18 Junio, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 77
AVE: 2997 €
ÁREA: 35 CM² - 23%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 117346
OTS: 609000
SECCIÓN: MAGAZINE



DOCUMENTAL

'Las Berrocal', el reality adictivo que no puedes dejar de ver

Plataforma: Movistar Plus+

Hemos podido seguir su vida a través del papel cuché, los programas de televisión o la infinidad de photocalls y eventos a los que ha acudido Vicky Martín Berrocal desde que era prácticamente una adolescente, pero quedaba una cosa: entrar con ella en su casa las 24 horas del día.

Eso es justo lo que hace *Las Berrocal*, el reality de la diseñadora, su hija, su madre y su hermana que ya está disponible al completo en Movistar Plus+.

Un recorrido completo por la vida de las cuatro, incluyendo la sorprendente historia del patriarca del clan y sus dos familias, con el que se entiende mejor por qué cada una se comporta como se comporta.

Cuatro capítulos que devorarás rápido si eres consumidora de los documentales sobre famosos.



EL ESPAÑOL

Jaleos del Corazón



Famosos / ENTREVISTA

Rocío Martín Berrocal: "Nunca he estado a la sombra de mi hermana, sino a su lado en un segundo plano"

John Reyes 12 junio 2025

Vestida de Victoria Collection, con un mono negro de escote halter y la melena suelta y ondulada, Rocío Martín Berrocal (43 años) ha arrasado en uno de sus primeros eventos públicos tras el éxito del docureality que ha protagonizado junto a su familia.

Este miércoles, 11 de junio, la socialité se ha convertido en una de las protagonistas de la noche en los Premios Vanitatis. EL ESPAÑOL ha podido charlar con ella sobre cómo se encuentra actualmente y en qué momento profesional está.

Rocío Martín Berrocal, un poco acalorada por los focos y con un abanico en la mano, se ha enfrentado a una de las charlas más distendidas de la velada. Tras atender a varios medios de comunicación, la socialité ha sacado un ratito para hablar con este medio.



Rocío Martín Berrocal en los Premios Vanitatis 2025.

¿Cómo se siente asistiendo a este tipo de eventos que quizás estaban fuera de su vida?

¡Ay, qué maravilla! Bueno... estoy aquí. La verdad es que ahora se me tiene en cuenta, y también he querido yo que se me tenga en cuenta. Pero bueno, estoy aquí principalmente por Eva González (44), que es de mis mejores amigas y quería que le entregara yo el premio. Y aquí estoy, ¿no? Por ella.

¿Le gusta que la gente la conozca tras el estreno del documental?

Bueno, eso está muy bien, ¿no? Yo me he dejado. Antes nunca quise que supieran nada de mí. Me convencieron para hacerlo, me liaron para hacer el 'docu'. Cada una hemos hecho lo que hemos querido, y yo, al final, dije: ¿por qué no? También mi padre me dio la fuerza para hacerlo. Estoy en un momento muy bueno.

El documental me ha servido para muchísimas cosas. La verdad, soy otra persona. Hoy no estaría aquí si no fuera por eso. Me he quitado muchos miedos que tenía.

¿Y a nivel profesional lo ha notado?

Por supuesto. Me ha liberado de una manera increíble. Siempre doy las gracias a Movistar Plus+ por haberme dado la oportunidad. Porque, al final, yo no quería, pero oye... me ha servido de mucho.

¿Es cierto que ha sentido que ha vivido a la sombra de su hermana?

No, no, eso no es así. Yo he estado al lado de la persona que quiero, que admiro. He estado a su lado. Ella y yo sabemos nuestra historia. Soy súper feliz. La gente lo lleva a otro extremo y para nada. Yo lo haría mil veces: estar al lado de mi hermana en segundo plano. Porque, además, es que lo he sentido así.

Pero, en algún momento, ¿lo ha sentido de esa forma?

No, no, jamás. Lo que pasa es que la gente conoce más a Vicky. Yo no me he querido dar a conocer, y eso hay que respetarlo. Ha sido ahora, con 42 años, cuando he querido decir que sí. Me he abierto a todo, y la verdad es que me ha venido muy bien. Es que no hay que darle tantas vueltas a la película.

A quien sí se ha podido conocer más es a su madre, Victoria Martín. ¿Qué le parece el revuelo que se ha causado con ella?

Bueno, es que como mi madre, solo hay una. Hoy, mientras me maquillaban, el maquillador me decía: "¿Cuántos años tiene tu madre?". Y yo: "Va a cumplir 79". Y él: "Pero bueno, ¿cómo es posible? Hacer un 'docureality', ir a El Hormiguero, estar como está, con esa valentía, con esas ganas de vivir, de agradar...".

Ella siempre ha sido así. Siempre ha querido hacer feliz a la gente. De verdad, no tengo palabras para describirla. Es una mujer de los pies a la cabeza, con una historia muy bonita, que ha contado la verdad. Es una maravilla.



De izquierda a derecha Rocío Martín Berrocal, Victoria Martín Serrano, Alba Díaz Martín y Vicky Martín Berrocal en la premier de su documental en Madrid el 19 de mayo de 2025. Gtres

¿Habrá segunda temporada de Las Berrocal?

Pues mira, no lo sé. ¡Ojalá! Me gustaría. Se lo digo siempre a Movistar Plus+. Así me abro más. ¡Veremos a ver! Todo el mundo me lo dice por Instagram, que quieren saber más de Las Berrocal.

¿Cree que la historia de su madre puede continuar en una segunda parte? ¿Se esperaban esta repercusión?

Es una gran historia. Es un historión. Da para ocho libros. Hemos hecho el documental con todas las consecuencias, y la repercusión ha sido una de ellas.

Y para concluir, ¿esa historia también la conocíais vosotras?

No. Yo, a raíz del documental, me he enterado de muchas cosas. Así que imagínate. Ha servido como terapia para las cuatro. Mi hermana y yo no sabíamos lo de la hermanastra, que ha vivido una historia parecida con su padre, como la que nosotras vivimos con el nuestro. Es muy fuerte la vida… por dónde te lleva muchas veces. Es una cosa increíble.

FAMOSOS VICKY MARTÍN BERROCAL

Alba Díaz, hija de Vicky Martín Berrocal, para los pies a su abuela Victoria: "No puedes seguir pensando que lo que tú has vivido y has aceptado es lo correcto"

Alba Díaz y su abuela, Victoria Martín, han protagonizado un tenso enfrentamiento en el último episodio de 'Las Berrocal'

Jara Bravo Actualizado a 13 de junio de 2025



Alba Díaz ha sido conocida desde el momento en que nació. Hija de Manuel Díaz 'El Cordobés' y de Vicky Martín Berrocal, la joven estaba destinada a que el foco mediático se interesara en ella. Su trayectoria profesional, su vida personal o su infancia son temas que han llamado la atención sobre ella. A esta proyección mediática se suma que Alba ha escogido exponerse en redes sociales. La sobrina de Rocío Martín Berrocal comparte sus outfits, los viajes que hace con su pareja y familia o reflexiones que la hacen meditar sobre su vida y la sociedad en la que vivimos.

Ahora, con el estreno de 'Las Berrocal' hemos podido conocer partes desconocidas de Alba. Un claro ejemplo es la relación con su madre. La joven se ha sincerado en la docuserie sobre cómo se sentía de pequeña cuando su madre trabajaba tanto y qué es lo que más le molesta de su progenitora.

"Con 10 años una niña que no tiene a su madre en casa y que cuando la tiene, tiene un evento o una fiesta y desaparece y no pasa por ahí... No lo entendía. [...] Hay veces que ella tiene que bajar la guardia y ser mamá. No Vicky. Porque es Vicky Martín Berrocal hasta echándose el champú. [...] Hay veces hay que estar para tu hija. Yo la necesito para muchas cosas", expresaba.

El cara a cara de Alba y su abuela, Victoria

Alba ha compartido muchas de estas reflexiones con su abuela, Victoria. Las dos se aventuraban en una escapada en furgoneta durante la cual compartieron pensamientos muy profundos. "Hay una parte de mi que es mi abuela. Tengo mucho que ver con ella. No sé, me identifico mucho con ella y este viaje me esta ayudando a darme cuenta. En realidad, nos parecemos más de lo que pensaba", contaba la joven.

Sin embargo, no siempre están de acuerdo. En el último capítulo de 'Las Berrocal', Vicky, Rocío, Alba y Victoria viajan a Marruecos para vivir aventuras y reconectar con ellas mismas. Uno de los primeros planes es visitar la plaza del zoco, donde se acumulan puestos de mercaderes y están los famosos encantadores de serpientes. Un animal que Rocío detesta y la hacía salir corriendo.



Después, cenaban en un original restaurante con espectáculo en el que Victoria se animaba a bailar con una de las actrices. Pero el plato fuerte llegaba al final. Las cuatro mujeres se desplazaban hasta el desierto, donde dormirían y comerían una noche antes de volar en globo al día siguiente.

Entre temas triviales y juegos de preferencias, ha surgido el tema de que los hombres y las mujeres son distintos y que cada uno puede ser malo de manera diferente. Una conversación en la que, veladamente, se hacia referencia al comportamiento del padre, José Luis. Era entonces cuando Alba se negaba a seguir callada y se dirigía a su abuela. "No se puede generalizar tanto en la vida. Abuela, vamos a hablar claro ya, es que ya está bien", ha empezado, muy tensa.

"Abuela, cariño mío, por favor. Te respeto muchísimo. Te quiero mogollón, eres la matriarca aquí de todos, nos has enseñado, nos has abierto la puerta para un montón de cosas...", seguía, queriendo suavizar el tono. Algo a lo que Victoria ha reaccionado con un claro: "A ver, suelta". "No puedes seguir pensando que lo que tú has vivido y has aceptado es lo correcto", lanzaba, por fin, su nieta. Unas declaraciones muy duras que su abuela recibía con entereza.

"Entonces, yo no estaría sentada hoy aquí. No vayas por ahí, no vayas por ahí. Yo soy una mujer que me he adaptado a todo y lo que ha hecho mi vecina me ha parecido bien como mujer", se justificaba la matriarca. "Vale, abuela, pues ya está. Es que tampoco te voy a cambiar la cabeza con 80 años", comentaba Alba, Victoria no se quedaba ahí y dejaba claro que "yo soy una mujer liberal para mi edad [...] y creo que una mujer tiene que hacer lo que le de la gana y un hombre también".

Díaz contestaba a estas declaraciones asegurando que "no hablo de ti, no te des por aludida". Intentando dejar de lado este pequeño enfrenamiento, Victoria señalaba que "esta familia admira mucho a las mujeres, somos de las mujeres". Un pequeño cruce de argumentos que, lejos de mostrar un mal rollo entre abuela y nieta, refleja la total confianza que sienten la una hacia la otra.

LECTURAS

ACTUALIDAD

Rocío, hermana de Vicky Martín Berrocal: “Estoy aprendiendo a habituarme a todo esto. Me pongo nerviosa”

El docureality de 'Las Berrocal' ha lanzado a la hermana pequeña de Vicky Martín Berrocal al estrellato. Nos cuenta cómo lo lleva

Rebeca Alonso Actualizado a 12 de junio de 2025



Rocío Martín Berrocal se ha presentado al mundo sin miedos en 'Las Berrocal', un paso al frente en su carrera profesional a la que se va acostumbrando.

EL DIARIO VASCO

LORENZO MEJINO – SERIES PARA GOURMETS

Miss Austen: la hermana mayor de Jane Austen



Martes, 4 marzo 2025, 06:00

Las efemérides de los grandes autores británicos suelen venir acompañadas por homenajes de todo tipo desde nuevas adaptaciones de sus obras hasta historias basadas en su vida.

Este año se conmemora el 250 aniversario del nacimiento de la escritora Jane Austen y como era de esperar la BBC se ha volcado en los fastos, estrenando la miniserie 'Miss Austen' como su primer homenaje a la autora romántica.

'Miss Austen' utiliza la figura de la hermana mayor de Jane, Cassandra, para hacernos una biografía indirecta de la autora, de una forma muy inteligente y brillante, gracias a la gran interpretación de Keeley Hawes como Cassandra, que estoy seguro que va a hacer las delicias de todas las austenitas que tienen una auténtica devoción por la figura de Jane Austen y todo lo que le rodea.

Ficha: Miss Austen 4 episodios. 55 m - Cadena: BBC (UK) – en Movistar Plus [E]

La trama: En el año 1830 la muerte del reverendo Fullwar Fowler, tío de Cassandra y la ya fallecida Jane Austen, obliga a su sobrina Cassandra a desplazarse hasta la vicaría en la que vivía, para ayudar a su prima Isabella a desalojar la mansión para dejar paso al nuevo vicario que ocupará con su familia esos aposentos reservados para uso religioso.



El traslado presenta el problema de desconocer su destino por lo que Cassandra se afana en explorar todas las posibilidades, hasta que durante la preparación de la mudanza, Cassandra descubre numerosas cartas que su hermana Jane Austen había escrito a Eliza, una cuñada ya fallecida y con la que mantenía una correspondencia de lo más frecuente.

'Miss Austen' desarrolla la historia de Cassandra Austen a dos niveles, en primer lugar en 1830 ayudando a su prima Isabella a encaminar su futuro sin su padre . Mediante la lectura de esas cartas, la serie abre un segundo frente explorando su juventud en la que recuerda todas sus vivencias con su inseparable hermana menor Jane, con la que tenía una gran complicidad.

El hecho de descubrir muchos pensamientos y opiniones de Jane de forma indirecta, a través de esas cartas hacen que Cassandra pueda hacer un repaso de las decisiones que tomó en su juventud, en especial las relacionadas con el gran amor de su vida, Tom Fowle, como la que muestra el siguiente video.



Las dos épocas diferentes se desarrollan con dos grupos de actrices para interpretarlas en esas dos etapas, siendo la muerte de Jane Austen el punto de inflexión entre ambos periodos.

Por estas razones, el personaje de Jane Austen solo aparece en la trama del pasado, con una gran interpretación de la valenciana de nacimiento Patricia (Patsy) Ferrán, (der, foto), una de las grandes promesas teatrales de las tablas británicas que encuentra el tono perfecto para interpretar a la melancólica y enfermiza Jane Austen.



A su lado brilla con todo esplendor Synnøve Karlsen ('Medici', 'Bodies', izq) como la versión joven de Cassandra Austen, compartiendo su angustia por todas las decisiones vitales que debe ir tomando, en las que priman el deber y el honor por encima de sus propias consideraciones personales, bajo el férreo control de su madre interpretada por la gran actriz escocesa Phyllis Logan (centro)

En la trama más actual, el protagonismo absoluto es para Keeley Hawes (foto inf, Los Durrell, Bodyguard) como Cassandra Austen, reconvertida con el tiempo en un tía solterona que no duda en ayudar a toda su familia a poco que pueda, cuidando sus sobrinos o ayudando a sus primos, con el aspecto negativo de alguna cuñada pérfida que se aprovecha de toda su bondad, a la que da vida la gran Jessica Hynes.

Hawes está a su gran nivel habitual, ayudada por su posición de productora ejecutiva que le ha permitido controlar todos los aspectos de 'Miss Austen', dejando la escritura a manos de su amiga, la autora escocesa Andrea Gibb, que ha adaptado el libro 'Miss Austen' de Gill Hornby.



El reparto es de auténtico lujo con la presencia de la popular Rose Leslie (Downton Abbey, Juego de Tronos, The Good Fight) en el personaje de Isabella, la principal interlocutora de Cassandra en la época más reciente y la principal beneficiada de todas las estratagemas de su prima, para dejarla en la mejor posición posible.



'Miss Austen' no deja ninguna duda de sus intenciones de homenajear a Jane Austen con un gran drama romántico de época, con amores aparentemente imposibles y soterradas luchas de clases, en la mejor tradición de las historias de la época de la Regencia y lo consigue con una nota muy alta.

Sin ser un rendido admirador de la obra de Jane Austen ni de su estilo romántico, lo cierto es que 'Miss Austen' me ha parecido un magnífico acercamiento a su figura mediante la utilización de la historia de su hermana mayor como hilo conductor de su universo familiar en una adaptación muy inteligente y muy bien interpretada.

Con ese reparto y el gran número de admiradores de la obra de Jane Austen en nuestro país, su estreno fue rápidamente anunciado para esta semana por la plataforma MovistarPlus.

Por desgracia y por razones que desconozco han comunicado el aplazamiento del estreno para más adelante pero pueden tener la seguridad de que se va a emitir pronto, para que puedan disfrutar de esta exquisita miniatura de cuatro episodios que fue estrenada con el siguiente tráiler, que va a cerrar el artículo.



Espero sus opiniones y comentarios, aquí o en mi cuenta de X (@lmejino), o en BlueSky (@lmejino.bsky.social)

Lorenzo Mejino

LITERATURA 250 años de su nacimiento

La poco idílica vida de Jane Austen, la gran maestra literaria del romance que murió soltera a los 41 años



La reina Camilla, en la casa natal de la escritora Jane Austen. **GTRES**

Luis Fernando Romo Actualizado Jueves, 12 junio 2025 - 21:32

Las heroínas literarias de las seis novelas largas de Jane Austen tuvieron una romántica felicidad conyugal de la que careció la escritora inglesa. El padre de Jane, nacida en 1775, era un sacerdote alto y atractivo que ejercía como rector y daba clases como clérigo acogiendo a alumnos varones como internos; estaba casado con Cassandra Leigh y tuvo ocho hijos, de los cuales tan solo dos eran mujeres. La otra se llamaba Cassandra, con quien Jane tendría infinidad de confidencias hasta el final de sus días.

Los Austen eran una **familia inteligente y cariñosa** que pertenecía a la burguesía campestre, sin que eso conllevara esas grandes riquezas que uno pudiera suponer. Eso sí, **vivían en Steventon, un pequeño pueblo de Hampshire,** donde tenían una pequeña granja con la que se abastecían de carne y verduras y contaban **con algunas criadas** que echaban mano a los quehaceres diarios.

Tras una breve estancia en Oxford y Southampton, donde **enfermaron de fiebre pútrida,** las hermanas Austen volvieron a su hogar. En la escuela de la vecina Reading aprendieron **escritura, geografía, ortografía, historia, francés,** costura, danza, música y dibujo, en definitiva, una educación específica para mujeres. Además, las **representaciones teatrales privadas** fueron una parte esencial en su educación.

Desde su más tierna infancia **Jane se volvió adicta a la lectura** gracias a la biblioteca que su padre tenía en casa. A medida que fue creciendo escribía anotaciones **y se inventaba otras historias** que empezaron a dar forma a sus famosos libros.

En 1801 su padre se jubiló, por lo que, junto a su mujer y sus dos hijas, **se mudaron a Bath,** decisión que no le gustó nada a la joven Jane. También pasaban **temporadas en Dorset y Devon** donde Jane disfrutaba de largos **paseos, bailes y conciertos** y baños de mar, pero en general se sentía bastante **desubicada y desmoralizada.** Cuatro años más tarde el patriarca falleció, por lo que las tres mujeres se quedaron **con tan pocos ingresos** que se vieron obligadas a alquilar lugares menos cómodos y más pequeños.



La monarca británica, en otra estancia de la casa de Austen en Alton, Hampshire.

Mientras vivió en Steventon completó **los primeros borradores de***Elinor y Marianne*, *Primeras impresiones* y *Susan*, que varios años después se publicarían con los títulos ***Sentido y sensibilidad***, ***Orgullo y prejuicio*** y *La abadía de Northanger,* respectivamente. Posteriormente sería la autora de *Mansfield Park*, *Emma* y *Persuasión*. Al igual que otras escritoras de la época, **por ser mujer no pudo publicar con su nombre,** así que se limitó a firmar By a Lady (por una dama).

Todas sus obras tenían como denominador común **un estilo que la haría famosa** a posteriori, ya que observaba con **sutileza**, mezclaba el **humor** con la **ironía**, realizaba un **análisis** profundo de los personas, sus páginas están llenas de **ocurrentes diálogos** y fue una de las primeras escritoras en usar el **discurso indirecto libre.** Antes de los 22 años, Jane ya había escrito sus novelas más importantes, pero no se publicaron hasta **una década después.**

Mientras **sus heroínas se casaban y tenían hijos**, Jane jamás tuvo nada de eso. Un **primer pretendiente** podría ser Tom Lefroy -algunos textos aseguran que solo eran amigos- que con el tiempo llegaría a ser **abogado**. Jane acababa de cumplir los 20 años y era **vivaz, brillante, guapa, disfrutaba del bail**e, las risas y las conversaciones animadas, como su querida heroína Elizabeth Bennet. Tom y Jane se veían asiduamente, daban paseos, bailaban, charlaban e incluso llegaron a coquetear. Fue en esa época cuando ella empezó a escribir *Primeras impresiones (Orgullo y prejuicio).*

Se habló de **una relación amorosa seria,** pero a tenor de las cartas que la escritora enviaba a su hermana el tono era más bien **ligero y juguetón.** Además, ninguno de los dos tenía **dinero para celebrar un matrimonio**. En la última carta a Cassandra, su hermana le confesó que "por fin ha llegado el día en que tendré **mi último flirteo con Tom Lefroy** y cuando recibas esto habrá terminado. Mis lágrimas fluyen mientras escribo **ante la melancólica idea".**

A raíz de ciertos documentos se sabe que **en 1802 el hermano rico de un amigo le propuso matrimonio** y, contra todo pronóstico, ella **aceptó**. Sin embargo, al día siguiente **cambió de opinión.**

En 1817 comenzó su última novela, *Los hermanos,* que se posteriormente se editaría con el título *Sanditon*. Debido una larga dolencia -se cree que fue la enfermedad de Addison- que **la postró en cama** tan solo había sido capaz de escribir los primeros 12 capítulos. Redactó su **testamento**, le dejó casi todo a Cassandra y **falleció a los 41 años en 1817.**

Con motivo del 250 aniversario del fallecimiento de una de las escritoras más importantes de la historia, la plataforma Movistar Plus+ ha estrenado la miniserie de cuatro capítulos *Miss Austen.*

BLOG

"Miss Austen": Las cartas de la memoria

Por Fernando L. Simó 12 de junio de 2025



Recordar el pasado para afrontar el presente. Es una de las grandes lecciones que nos ofrece "Miss Austen", miniserie británica de cuatro episodios que puede verse al completo en Movistar Plus+ desde el martes 11 de junio. Una serie que atreve a esclarecer uno de los grandes misterios literarios de todos los tiempos: ¿por qué Cassandra Austen quemó la mayoría de las cartas que su hermana Jane escribió a lo largo de su vida? Para ello "Miss Austen" realiza un recorrido a través de la memoria, para mostrarnos la relación de las hermanas Austen e imaginar lo que tal vez pudo pasar.

Basada en la novela de Gill Hornby y creada para televisión por Andrea Gibb (Sanditon, ¡Llama a la comadrona!), la serie no se centra en la Jane Austen (que ha trascendido en el tiempo) escritora de culto, sino en la Jane hermana, amiga, joven enamorada y mujer brillante que dejó una huella tan profunda que otra mujer —su propia hermana— sintió la necesidad de protegerla incluso más allá de la muerte. Las razones que llevaron a Cassandra Austen a destruir gran parte de las cartas de su hermana, siguen siendo un misterio, ahora que se cumple el 250 aniversario del nacimiento de la autora de Sentido y sensibilidad. Sin embargo, Miss Austen nos sugiere una posible respuesta, que no es sencilla ni directa, pero que más allá de buscar una resolución al enigma, nos propone un viaje a través de las grietas de la historia para imaginar aquello que no sabremos jamás. Y en ese ejercicio de reconstrucción emocional e íntima, la serie destaca. Son las partes que

nos llevan al pasado de juventud de las hermanas Austen, donde esta producción brilla (no solo en sentido figurado), frente el dolor y la oscuridad del presente. Una reimaginación llena de luz y alegría, pero también de tragedias, que irán moldeando la personalidad de ambas hermanas, para bien y para mal.

Una fantástica (como siempre) Keeley Hawes (Los Durrell, Line of Duty, Bodyguard) da vida a Cassandra Austen en su madurez con una mezcla de contención y ternura que traspasan la pantalla. Su viaje, más que físico, es emocional, y parte de una desgracia que le permitirá iniciar una catarsis que llevaba tiempo contenida. Han pasado 13 años desde el fallecimiento de su hermana Jane (la española Patsy Ferran), y su hermana Cassandra visitará a Isabella (Rose Leslie), hija de una de sus mejores amigas de la juventud, que está a punto de perder su hogar tras el fallecimiento de su padre. La mayor de los Austen, aunque acude para ayudar a la joven, en realidad alberga otro secreto motivo: recuperar las cartas privadas de su hermana. A través de esa correspondencia olvidada, revivirá su pasado junto a Jane, y también sus propios sacrificios y silencios.



Los amantes de los dramas de época encontrarán en Miss Austen, como es habitual en la ficción británica, una producción impecable, con una fotografía cuidada, una ambientación elegante y una dirección que sabe detenerse en los detalles —una mirada, un gesto, una pausa— para contar lo que las palabras no dicen. Porque, como ocurre en las novelas de Jane Austen, lo importante no siempre está en lo explícito, sino en lo que se insinúa.

La serie nos muestra como un acto aparentemente banal —la quema de unas cartas— puede convertirse en un gesto cargado de amor, culpa, protección y complicidad. A lo largo de sus cuatro episodios vemos como Cassandra abre los ojos al presente, gracias al recuerdo de un pasado que había quedado enterrado en el dolor de la perdida. Es gracias a esas cartas de su hermana que Cassandra emerge como una figura compleja, contradictoria, profundamente humana. Una mujer que en su juventud (interpretada por Synnøve Karlsen) se vio obligada a realizar sacrificios, a veces impuestos por como la

sociedad en ese momento veía a las mujeres. Ese pasado de esperanzas rotas y de momentos difíciles, también estuvieron llenos de otros muchos instantes de alegría y felicidad junto a su hermana Jane. Una lección de vida, que Miss Austen nos recuerda: nuestras experiencias buenas y malas, nos acompañarán siempre, dando forma a quienes somos, sin dejar de seguir adelante.

En resumen

En unos tiempos donde la intimidad se convierte en espectáculo y las vidas personales se viralizan, Miss Austen defiende el derecho al silencio, a la discreción, a proteger la memoria del otro. Un relato delicado, emotivo y elegante que hará las delicias de los amantes de la obra de Jane Austen, a quien la serie no solo homenajea, sino que nos muestra su faceta más humana, alejada del icono literario que es hoy en día. Además, Miss Austen también nos invita a reflexionar como espectadores: ¿Qué estaríamos dispuestos a borrar para cuidar el recuerdo de alguien a quien amamos?



www.janeausten.org.es

El Sitio de Jane – El Rellano

Blog del Salón de Té de Jane Austen – 2025: 250 aniversario

Series TV

Miss Austen: estreno en Movistar+ y crítica

Finalmente, la serie #MissAusten, basada en la novela de Gill Hornby, llega a España de la mano de Movistar+ el 11 de junio próximo. La obra, que está publicada por Libros de Seda en nuestro idioma, es una adaptación creada por Andrea Gibb (`Sanditon', `¡Llama a la comadrona!'),

Datos:

- Sinopsis: *En 1830, años después de la muerte de Jane (Patsy Ferran), su hermana Cassandra (Keeley Hawes) visita a su amiga Isabella (Rose Leslie) que está a punto de perder su hogar tras el fallecimiento de su padre. Cassandra, aunque acude para ayudar a la joven, en realidad alberga otro motivo: recuperar las cartas privadas de su hermana. Leyendo estas cartas, Cassandra rememora su juventud junto a su querida Jane: sus sueños, sus enamoramientos, los momentos difíciles y las esperanzas rotas que moldearon sus vidas y sentaron las bases para las inconfundibles historias que escribiría Jane. Al revisar su pasado, Cassandra (Synnøve Karlsen) se da cuenta de lo insensible que se ha mostrado ante la situación de la joven Isabella. Ayudándola, logra finalmente entender y celebrar los sacrificios que ella misma hizo en su vida por su querida y brillante hermana, Jane.*



- Emisión: Completa desde el miércoles 11 de junio (cuatro episodios) en Movistar Plus+.

- Información, entrevistas, diseño de vestuario y más en PBS: https://www.pbs.org/wgbh/masterpiece/shows/miss-austen/specialfeatures/
- Web con trailers y clips de la BBC: https://www.bbc.co.uk/programmes/m0027dz9



Una vez que os hemos dado toda la información, pasamos a haceros una crítica, en la que os avisaremos de los spoilers. Hemos podido ver la serie gracias a Movistar+, que nos ha permitido verla en exclusiva en los últimos días (¡muchas gracias!)

Crítica

'Miss Austen' es la adaptación de la novela homónima de Gill Hornby, y nos cuenta cómo Cassandra Austen intenta recuperar unas cartas de Jane Austen en una visita a una familiar caída en desgracia, a la vez que esto despierta recuerdos olvidados durante años sobre su hermana y su propia vida.

Seguramente, estáis leyendo muchos anuncios de esta serie como la «que amarán los amantes de los 'Bridgerton' y similares», creando unas falsas comparativas que se pueden meter bajo el paraguas de «series para amantes de las tacitas», cuando en realidad, estos ejemplos puede que no sean los más adecuados, pues Miss Austen es una vuelta de tuerca a las series «a la antigua usanza» de la BBC, salvo por alguna decisión de casting «diverso», pues tanto la dirección, como el vestuario o diseño de producción nos recordarán a aquellos productos televisivos de finales de los 90 y de comienzos del 2000. Y este es uno de los grandes aciertos de la serie, que se mantiene cercana, mientras mantiene unos valores de producción más que correctos.

Ahora bien, sobre corrección, también podemos decir que para los que han leído el libro, en general, se lleva a la pequeña pantalla de buena manera, y con respecto a eso, no puede haber queja. Pero es justamente, el libro y sus decisiones, las que pueden dejar con cierto sabor amargo a algunos de los austenitas que la vean.



Si no conoces el mundo de Jane Austen, considerarás la serie como un drama de época, no épico como otras historias, pero si interesante. Y si la conoces, pero decides dejarte llevar por la trama, similar a la de Hornby en el libro, también te gustará, pues hay que admitir, que el relleno de los huecos que crea puede ser interesante y hasta creíble, dando una justificación más que correcta a Cassandra Austen para la toma de decisiones de su vida, la ayuda al personaje de Isabella (con una correcta Rose Leslie) o la resolución que toma con respecto a las cartas y su obsesión por recuperarlas.

La serie, como otras pseudo biografías de la autora, no es real, algo que os debe quedar claro. Aunque 'Miss Austen' no crea una fantasía en torno a la familia Austen como sí que hacía 'La Joven Jane Austen' ('Becoming Jane'), sí que toma decisiones arriesgadas con respecto a ellos. Desde la creación de un personaje ficticio que es interés romántico para alguien que se dijo claramente que no era así, hasta la relación entre los personajes, pues para resaltar la dinámica entre las hermanas Austen, y aumentar la importancia de Cassandra, se ignora a otros familiares, y se deja la idea de una codependencia por parte de Jane, que hacía que su vida fuera incompatible sin Cassie. Igualmente, el paso del tiempo es bastante extraño, pues las actrices que representan a los personajes principales con 20 años se ven iguales cuando tienen 40, y no se ve una evolución en sus personalidades, salvo una tendencia a la melancolía y la depresión (la tristeza estaba también presente en

'Jane Austen Recuerda' ('Miss Austen Regrets'), pero también una personalidad adulta y combativa en la interpretación de Olivia Williams como Austen). Es especialmente marcada la idea de que Austen podía ser una «marisabidilla», con ingenio hiriente e incomprendido salvo por Cassandra (un error, vista la relación con su padre y hermanos que la apoyaron, por ejemplo), que incluso está interpretada por una actriz que «es más fea» que la que hace de Cassie (lo dicen en la serie, no nosotras), para justificar su falta de pretendientes.



Estos 'defectos', modificaciones, o más bien invenciones que muchas veces aparecían en la novela, están más que presentes en la adaptación, y son reforzados por una interpretación que tiende al drama y la emotividad por parte de las protagonistas, mientras que muchos personajes secundarios tienen poco desarrollo, o se ridiculizan para que el espectador menos experimentado, pero que al menos ha visto adaptaciones de Jane Austen, pueda ver relación con personajes que conoce (Mr Collins, Fanny Dashwood...), o un momento de alguna de las novelas (por ejemplo, Mrs Austen como una Mrs Bennet hablando de la belleza de sus hijas).

La música, no resulta espectacular y acaba cayendo en la monotonía. No es notable y aumenta el efecto de melacolía y drama que se impone en la serie.

Pero no queremos dejaros la sensación de que la serie no está bien. Como hemos dicho, nos encanta ver una vuelta al clasicismo y calidad de los productos de la BBC, y además es una serie que se puede disfrutar, y tiene buenos momentos, y en la que como en la novela, plantea el papel de las mujeres en la sociedad de su tiempo y sus limitaciones. Además, resalta la interpretación de Keeley Hawes, como una Cassandra madura, que pone en orden su pasado y piensa en el legado de su siempre querida hermana. Synnøve Karlsen, como la joven Cassie, muestra también

un gran trabajo, al igual que Patsy Ferran (nacida en Valencia, por cierto) como Jane (dentro del prisma de tristeza e incomprensión que la historia quiere dar a nuestra querida autora).

Si nos centramos, por tanto, en que es una ficción y en la parte más romántica, con amores imposibles, o casi, en la que también destaco la historia que ocurre en el «presente», las limitaciones femeninas, y la relación final de las hermanas Austen, es una serie disfrutable, y que puede alentar nuestra curiosidad con respecto a Jane y su hermana, de manera que tras verla, nos vayamos a la librería más cercana a buscar las «cartas» o bien alguna buena biografía.

De nuevo, muchas gracias a Movistar+ por permitirnos verla. Ahora sólo esperamos vuestra opinión dentro de 10 días 🙄

LECTURAS

TEMAS SERIES

Ayer se estrenó la serie de época más esperada del verano: un drama inexplorado inspirada en hechos reales que nos acerca a Jane Austen en 4 episodios adictivos

Si eres fan de los dramas de época, este nuevo estreno de Movistar Plus+ responde a tus plegarias porque tiene todo para engancharte: misterio, romance, conflictos...

Rocío Ponce Actualizado a 12 de junio de 2025



Una de las escritoras británicas más universales es Jane Austen. La autora, que murió con solo 41 años, marcó para siempre la literatura de la época georginana en la que vivió y que trascendió con sus novelas románticas adelantadas a su tiempo con personajes femeninos fuertes, independientes y tremendamente irónicos.

Las adaptaciones de sus novelas más conocidas para cine y televisión ampliaron la fascinación por las historias de Jane Austen. Algunas de las más celebradas son 'Sentido y sensibilidad', 'Orgullo y prejuicio', 'Emma', 'Persuasión', 'Sanditon', etc.

Pero no solo los personajes que salieron de su imaginación, también su propia vida se ha convertido en un película como 'La joven Jane Austen' y ahora en una miniserie británica que se cuela en uno de los grandes misterios que ha impedido que conozcamos mejor a la escritora.



'Miss Austen' o ¿por qué se quemaron sus cartas?



Los estudiosos de la literatura y vida de Jane Austen siempre han culpado a la hermana de la novelista, Cassandra, de haber quemado casi toda la correspondencia que existía. Esas cartas nos habrían dejado muchas pistas sobre la biografía, pensamientos y personalidad de la británica que, desgraciadamente, han quedado ocultas para siempre por la decisión que tomó de quemar prácticamente todas las cartas que Jane envió.

La nueva miniserie británica de época explora este hecho real y ficciona los motivos y todo lo que rodeó a este momento así como las personas cercanas e implicadas en

ello. 'Miss Austen' está basada en la novela de Gill Hornby y se estrenó completa el 11 de junio en Movistar Plus+.

¿De qué va 'Miss Austen'?



Nos trasladamos hasta el año 1830, años después de la muerte de Jane (interpretada por la española Patsy Ferran). Su hermana Cassandra (Keeley Hawes) visita a su amiga Isabella (Rose Leslie) para ofrecerle su apoyo porque está a punto de perder su hogar tras el fallecimiento de su padre. Sin embargo, el verdadero motivo que esconde Cassandra no es otro que recuperar unas cartas privadas de Jane que están en esa casa.

La lectura de las mismas traslada a Cassandra al pasado y a los recuerdos junto a Jane. Cuáles eran sus sueños, sus amores, pero también los momentos difíciles y las esperanzas rotas que marcaron para siempre sus vidas y que sirvieron de inspiración y enseñanza para las historias que escribiría Jane y con las que pasaría a posteridad. Al revisar su pasado, Cassandra (interpretada en su juventud por Synnøve Karlsen) empatiza aún más con la situación de Isabella y al involucrarse y ayudarla logrará entender mejor los sacrificios que hizo por su hermana Jane.

Pero te preguntarás si habrá romances. ¡Por supuesto! Dramas, relaciones complejas y trágicas, malentendidos y todo tipo de enredos que harán que las parejas de esta miniserie sufran antes de conseguir un final feliz (si lo hacen). Muy al estilo Jane Austen, ¿cómo si no?

"En esta época en la que hay tantas normas sobre quién, cómo, cuándo y si puedes o no cortejar a una persona. El verdadero amor es un lujo moderno", asegura en una entrevista a la PBS el actor Max Irons.

Casting de la serie

La miniserie tiene cuatro episodios de unos 50 minutos de duración que llegaron el 11 de junio a Movistar Plus+.

En ellos, además de con Keeley Hawes, Synnøve Karlsen, Rose Leslie y Patsy Ferran, cuenta con un reparto formado por Phyllis Logan, Kevin McNally, Jessica Hynes, Liv Hill, Alfred Enoch, Calam Lynch, Max Irons y Mirren Mack, entre otros actores.



Si eres fan de las series de época valorarás especialmente la ambientación, las ubicaciones y el vestuario. “El primer ingrediente para formar un personaje suele ser la primera exposición al vestuario”, aseguró Max Irons. "El vestuario debe cambiarte en un buen modo, especialmente si quieres habitar tu personaje", añadió Jessica Hynes. En 'Miss Austen' se ha cuidado hasta el último detalle del vestuario de época de los personajes que realizaron Gill Horn y Jan Simpson.

QUE VER

Ya está en streaming la miniserie británica sobre Jane Austen que retrata un hecho secreto de su vida

La miniserie británica, disponible en Movistar Plus+, narra un enigmático hecho en la vida de Jane Austen.

Magela Muzio miércoles, 11 de junio de 2025 · 12:10 hs



La vida de **Jane Austen** es tan fascinante como muchas de las historias que plasmó en papel y que llegaron a convertirse en grandes clásicos literarios.

La autora de títulos como *Orgullo y prejuicio*, *Sensatez y sentimientos* y *Emma*, por mencionar solo algunos, a menudo es recordada por sus historias de romance. Sin embargo, la verdadera genialidad de su obra radica en la capacidad que tuvo a la hora de retratar como pocos la sociedad de su tiempo con humor e ironía. Además creó personajes femeninos adelantados a su época, que no se conforman con seguir las normas sociales impuestas.

Ahora llega al **streaming *Miss Austen***, una nueva producción británica que pone a la autora en el centro de la escena, pero con un episodio poco conocido en la vida de la familia Austen. La **miniserie**, coproducida por BBC y PBS, está basada en la novela de Gill Hornby y cuenta con la dirección de Aisling Walsh y guion de Andrea Gibb, y acaba de estrenarse en **Movistar Plus+** en España.

¿De qué trata Miss Austen, la miniserie que indaga en un hecho secreto de la autora?



Cassandra Austen se convierte en la figura clave de esta nueva miniserie británica.

La historia de ***Miss Austen*** comienza en el año 1830, más de una década después de la muerte de **Jane Austen**, cuando su hermana Cassandra viaja a la casa de unos viejos amigos con el objetivo de recuperar las cartas privadas que la autora escribió a lo largo de los años. Mientras se adentra en esa correspondencia, los recuerdos de su juventud con Jane resurgen, revelando la complejidad de su relación y las circunstancias que marcaron la vida de ambas.

Además, la miniserie muestra uno de los hechos más enigmáticos de la historia de los Austen, y que tiene que ver con la decisión de Cassandra de quemar gran parte de la correspondencia de su hermana.

Se estima que **Jane Austen** escribió unas 3000 cartas a su hermana, de las cuales solo sobrevivieron unas 200. La mayoría fueron quemadas y destruidas, y las restantes fueron censuradas por Cassandra para impedir cualquier cosa inapropiada que pudiera afectar a la familia Austen de manera negativa.

¿Quiénes integran el elenco de Miss Austen?

La actriz **Keeley Hawes** (*Bodyguard, Mrs Wilson*) interpreta a Cassandra Austen en su madurez. Junto a ella, Patsy Ferran (Mickey 17) da vida a Jane Austen, mientras que Synnøve Karlsen (*Última noche en el Soho*) encarna a la joven Cassandra en los numerosos flashbacks. Rose Leslie (*Game of Thrones*) interpreta a Isabella Fowle, la amiga a quien Cassandra visita con la excusa de ayudarla ante una posible pérdida del patrimonio familiar.



El reparto se completa con nombres como Phyllis Logan (*Downton Abbey*), Kevin McNally (*Piratas del Caribe*), Jessica Hynes (*Years and Year*s), Alfred Enoch (*Harry Potter*), Max Irons (*La reina blanca*), Calam Lynch (*Benediction*), Mirren Mack (*Sex Education*) y Liv Hill (*The Serpent Queen*), con personajes secundarios que rodearon a la familia Austen.

Miss Austen no adapta ninguna de las novelas de Jane, pero capta con delicadeza su sensibilidad literaria. A través de sus hermanas, la serie reconstruye un legado que va más allá de lo escrito. El misterio de por qué Cassandra destruyó la mayoría de las cartas de su hermana es el motor de una historia que habla del deber, el sacrificio, la ambición y los lazos familiares.

Visualmente cuidada, emocionalmente resonante y con grandes actuaciones, ***Miss Austen*** cuenta con 4 episodios y es una propuesta ideal para amantes del drama de época y para quienes quieran descubrir una arista inédita del universo austeniano.

esdiario

De qué trata ‘Miss Austen’ la nueva serie de época de Movistar Plus+

El estreno de Miss Austen en Movistar Plus+ fue el 11 de junio de 2025. La miniserie británica de época llegó en exclusiva a Movistar Plus+ con una propuesta emocional y feminista en solo cuatro capítulos de entre 50-54 minutos.



Elena Bellver 12.06.2025

La trama gira en torno al legado de Jane Austen, su hermana Cassandra y los silencios históricos en torno a las mujeres. El argumento parte de la recuperación de cartas privadas y expone cómo Cassandra Austen reescribió la historia familiar para proteger la imagen de su hermana Jane. (Movistar Plus +).

Movistar Plus+ amplía su catálogo de ficciones de época con el estreno de Miss Austen, una miniserie que promete emocionar a los amantes del drama británico.

Esta producción de la BBC, que llega a la plataforma española el 11 de junio de 2025, adapta la novela homónima de Gill Hornby y reimagina los últimos años de la escritora Cassandra Austen, hermana de Jane Austen.

La serie consta de cuatro capítulos de aproximadamente 53 minutos de duración y está dirigida por Aisling Walsh (Elizabeth Is Missing), con guion de Andrea Gibb (Elizabeth Is Missing) y producción ejecutiva de Belinda Campbell (Sanditon).

De qué trata 'Miss Austen'



Miss Austen gira en torno a la figura de Cassandra Austen, (Keeley Hawes) en su vejez, cuando rememora episodios cruciales de su juventud y de la vida de su hermana Jane, (Patsy Ferran).



El relato comienza en 1830, cuando Cassandra visita a la familia Fowle para recuperar unas cartas íntimas que su hermana escribió décadas atrás. Esta búsqueda se convierte en un viaje emocional en el que redescubre amores perdidos, la estrecha relación entre ambas hermanas y los sacrificios que implicó proteger el legado de Jane Austen.



La trama combina drama, nostalgia y una perspectiva feminista, presentando a Cassandra como una mujer decidida a controlar la narrativa de la historia familiar. Tal como subraya The Hollywood Reporter, la serie ofrece una mirada crítica a los silencios históricos que han rodeado la figura de Jane Austen y cuestiona el papel tradicional de las mujeres en la sociedad georgiana.

Detalles del rodaje de la serie 'Miss Austen'



El rodaje de Miss Austen se llevó a cabo en diversas localizaciones del Reino Unido que evocan el mundo rural y la arquitectura de la Regencia británica. Los interiores se ambientaron en casas señoriales de Hampshire, la región natal de las hermanas Austen, mientras que los exteriores recrean fielmente las aldeas y jardines que frecuentaron en vida.



Aisling Walsh, reconocida por su estilo visual intimista, aporta una mirada sensible y melancólica al relato. Andrea Gibb, autora del guión, destaca por haber respetado el tono emocional de la novela de Gill Hornby, al tiempo que introduce flashbacks que enriquecen la estructura narrativa.

La productora Mainstreet Pictures, habitual colaboradora de la BBC, ha coordinado esta miniserie con un equipo técnico de alto nivel, BBC Media Centre.

Personajes de la serie 'Miss Austen'

Keeley Hawes como Cassandra Austen:



Reconocida por sus papeles en Line of Duty, Bodyguard y Los Durrell, interpreta a la versión adulta de Cassandra. Su actuación transmite con fuerza las emociones de una mujer marcada por la lealtad, el arrepentimiento y la protección de la memoria de su hermana.. (pbs.org).

Synnøve Karlsen como Cassie joven:



La actriz, vista en Última noche en el Soho y Los Médici, interpreta a la joven Cassandra. Karlsen aporta una energía contenida que ayuda a comprender las decisiones que marcarán la vida de la protagonista.

Patsy Ferran como Jane Austen:



Encarna a la escritora con una mezcla de sensibilidad y determinación. La actriz, premiada por su trabajo en Living, ofrece una visión intimista de Jane, más allá de su genio literario.

Rose Leslie como Isabella Fowle:



La actriz de Juego de Tronos y Vigil interpreta a la amiga íntima de Cassandra. Su personaje funciona como contrapunto emocional y moral, y añade tensión a la historia.

Phyllis Logan



Da vida a la madre de Jane y Cassandra. Logan es conocida por Downton Abbey, Su presencia añade profundidad al entorno familiar.

Jessica Hynes como Mary Austen:



Cuñada de las Austen y figura clave en la vida doméstica, Hynes (conocida por Years and Years) aporta una interpretación sutil de una mujer pragmática y protectora.

Liv Hill como Mary joven:



Conocida por su papel en La reina serpiente, da vida a Mary en su juventud, mostrando la evolución del personaje en contraste con su versión adulta.

Alfred Enoch como el Sr. Lidderdale:



Médico que despierta el interés romántico de Isabella. Enoch ha trabajado en Cómo defender a un asesino y La pareja de al lado. Su personaje introduce un componente romántico y reflexivo.

Calam Lynch como Tom Fowle:



Prometido de Cassie en su juventud, interpretado por el actor de Los Bridgerton. Su historia simboliza los amores truncados por la muerte y las convenciones sociales.

Max Irons como Henry Hobday:



Posible interés romántico de la Cassandra adulta. Irons ha participado en La reina blanca y La chica del tambor, y aporta carisma a un personaje ambiguo.

Mirren Mack como Dinah:



La criada de Isabella, interpretada por Mack (No digas nada), representa a las clases trabajadoras y ofrece otra perspectiva femenina. BBC Writers.

Estreno de 'Miss Austen': fecha y capítulos



Miss Austen se estreó en exclusiva en Movistar Plus+ el miércoles 11 de junio de 2025. La miniserie consta de cuatro capítulos, con una duración aproximada de 53 minutos cada uno. Es una producción ideal para quienes disfrutan de los dramas de época con perspectiva feminista y narrativa emocional.

En conclusión, Miss Austen es mucho más que un homenaje a Jane Austen: es un relato sobre el poder de las mujeres para proteger sus propias historias, con una ambientación cuidada, grandes interpretaciones y una trama conmovedora.



La miniserie, además, invita a repensar los silencios que rodean a las figuras históricas femeninas. Con solo cuatro episodios, logra condensar una historia íntima, emotiva y cargada de simbolismo.

Un estreno imprescindible para los amantes del drama británico y los relatos con alma .Si te ha gustado el artículo compártelo en tus redes sociales y déjanos un comentario con tu opinión.



Movistar Plus+

JACOB ELORDI VA A LA GUERRA

El australiano de ascendencia vasca Jacob Elordi (en la imagen) protagoniza la adaptación de *El camino estrecho al norte profundo,* obra de Richard Flanagan ganadora del premio Booker. Un intenso relato que se sitúa en la Segunda Guerra Mundial, en un campo japonés de prisioneros en Tailandia, donde surge el recuerdo de una historia de amor.

'El camino estrecho'.
Estreno: 28 de mayo.



Movistar Plus+

DRAMA, FAMILIA Y MISTERIO

Una oficial de policía intuye que la búsqueda de su hermana menor desaparecida pueda estar relacionada con una serie de asesinatos que investiga en un barrio de Philadelphia. Basado en un superventas de Liz Moore, Amanda Seyfried (Oscar como mejor actriz de reparto por *Mank*) encabeza este turbulento drama criminal repleto de suspense.

'El largo río de las almas'.
Estreno: 30 de abril.

ABC
Play

ABC CULTURAL

'Caminar entre dinosaurios': un viaje al pasado desde el presente

La serie documental en Movistar plus+ explora a través de los paleontólogos la historia de estos reptiles



Ivannia Salazar 12/06/2025

Veinticinco años después de su revolucionaria emisión original, 'Caminando entre dinosaurios' regresa a las pantallas. Lo hace con la ambición intacta, pero con un nuevo enfoque narrativo y visual que pretende redefinir lo que el género documental puede ofrecer en la era del 'streaming'. La nueva entrega, compuesta por seis episodios que se estrenarán semanalmente a partir de este sábado 7 de junio en Movistar Plus+, es fruto de una coproducción internacional entre BBC Studios, PBS, ZDF y France Télévisions, que se unieron en esta invitación a viajar al pasado más remoto de la Tierra con la mirada rigurosa de la ciencia y la emoción de la gran narración cinematográfica.

En esta serie documental, cada episodio se construye a partir de una excavación real. Así lo explicó Andrew Cohen, productor ejecutivo de la BBC Studios Science Unit, en una entrevista concedida a ABC en Londres: «todas las historias están basadas en un fósil que está saliendo de la tierra. Es un poco como una escena del crimen, donde intentas reconstruir qué pasó hace millones de años».

Ese enfoque, casi detectivesco, es el que permite dotar a los dinosaurios protagonistas de una dimensión emocional inesperada. «Cuanto más nos apoyábamos en la ciencia, más podíamos contar una historia que se sintiera emocional. Se trataba de construir algo a partir de todo ese conocimiento científico y usarlo para dar vida a un personaje completo», afirmó Cohen. Uno de esos personajes es Clover, una cría de dinosaurio que aparece sola y vulnerable en el primer episodio. Su pequeño tamaño y su comportamiento evocan al de un cachorro, algo que genera una empatía inmediata con la audiencia. Para Cohen, de hecho, Clover es «uno de los mejores personajes de toda la serie».

Así, cada uno de los seis episodios se centra en un dinosaurio distinto, encontrado en un enclave diferente, desde las áridas dunas de Marruecos hasta los valles canadienses, pasando por los yacimientos portugueses. En todos los casos, el objetivo es el mismo, trasladar al espectador a un momento específico de la vida de esos animales y, a través de una combinación de evidencias fósiles y herramientas narrativas, recrear una escena posible de su existencia. «La idea de permitir al público, a los niños, niñas, familias enteras que vean esto, ser viajeros en el tiempo y venir con nosotros, empezar en el presente y retroceder para entender lo que ocurrió, me recuerda un poco a... ¿has visto la película Titanic? Es una historia de viaje en el tiempo», comentó Cohen durante la conversación. La comparación no es casual. Igual que la película de James Cameron usaba un relato y un personaje contemporáneo como puerta de entrada al pasado, 'Caminando entre dinosaurios' arranca con la imagen del trabajo de campo de un equipo de paleontólogos en pleno proceso de excavación, como si el presente fuera apenas la primera capa de un relato muy antiguo que merece ser contado.

«El público hoy tiene muchas opciones. Ya la gente no decide simplemente si va a ver un documental o una serie de ficción. Vienen a buscar narración. Quieren una experiencia de alto nivel. Así que creo que es muy importante crear algo que se sienta tan ambicioso como las mejores series dramáticas del mundo». Para lograrlo, se puso un especial cuidado en la fotografía, la música, la animación digital y el ritmo narrativo. Todo ello bajo la premisa de que la ciencia puede ser tan emocionante como una ficción de prestigio

Así, la verdadera apuesta está en el equilibrio entre arte, ciencia y entretenimiento. La BBC, fiel a su vocación de divulgación desde los primeros tiempos de David Attenborough, ha querido que 'Caminando entre dinosaurios' despierte la fascinación, y también la curiosidad. «Siempre hemos sentido que una de nuestras misiones es inspirar a la próxima generación para que sienta curiosidad por la ciencia y tal vez decida dedicarse a ella», declaró Cohen. En este sentido, mostrar a los científicos en acción, con sus dedos manchados de tierra o con sus herramientas rascando piedra, no es una decisión estética, sino una declaración de principios,

porque hay belleza también en el método, en el esfuerzo meticuloso, en la búsqueda de conocimiento.

La serie se enfrenta, no obstante, a un entorno mediático complejo. En un momento en el que los vídeos breves dominan las plataformas digitales y la atención parece fragmentarse en intervalos de segundos, la pregunta es inevitable, ¿quién va a ver una serie como esta? Cohen, que tiene tres hijos de entre 16 y 21 años, es consciente del reto, pero mantiene la esperanza: «Mi experiencia es que sí, aunque hay mucho contenido corto y brillante que la gente ve, si cuentas bien la historia, y si la presentas bien, personas de todas las edades querrán sentarse juntas y ver media hora o una hora, como en este caso, para aprender algo y entretenerse».

Ese deseo de ofrecer una experiencia compartida, intergeneracional, también explica la variedad de personalidades de los dinosaurios protagonistas. «Queríamos tener una variedad de personajes con los que la gente pudiera conectar de diferentes formas», señaló Cohen. Desde el melancólico Grande, un titanosaurio portugués en el ocaso de su vida, hasta la adolescente Rose, un 'Albertosaurus' en plena lucha por hacerse oír en su grupo, o Albie, un 'Pachyrhinosaurus' que comparte nombre con el perro de Cohen y que, por ello, se convirtió en su favorito.

La producción ha supuesto un esfuerzo global, con equipos de ciencia, animación y producción distribuidos por todo el mundo. Aunque muchas de esas colaboraciones fueron virtuales, la sensación general fue la de pertenecer a un mismo equipo, según explicó Cohen, ya que «todos trabajaron muy de cerca porque querían hacer una serie que realmente cambiara el mundo». Esa ambición colectiva, la misma que dio origen a la serie original en 1999, sigue siendo el motor del proyecto, incluso en un ecosistema mediático radicalmente distinto.

Mirando hacia atrás, el propio Cohen admite que el proceso no ha estado exento de inseguridades debido a la magnitud de la obra. «Siempre me siento intimidado. En cierto sentido, ese pequeño miedo es parte de cualquier cosa que haces. Si no tienes ese sentimiento, es que no lo llevas en el alma cuando lo haces», confesó. Sin embargo, tras años de desarrollo, el resultado final le produce satisfacción. «Fue un placer verla, y tengo muchas ganas de compartirla con el público», concluyó.

Movistar Plus+ estrena hoy un nuevo canal de cine con todas estas películas

Justo Romanos Publicado el 12 de junio, 2025



Si estabas esperando impaciente a que Movistar Plus+ lanzase un nuevo canal de cine, tenemos que decirte que hay uno que acaba de debutar hoy mismo. Se ha añadido al servicio para que podamos ver una gran cantidad de películas.

Desde hoy 12 de junio está disponible en la parrilla de Movistar Plus+ un nuevo canal y lo mejor es que se puede disfrutar tanto en el servicio de televisión de fibra y móvil como en la plataforma de streaming. Es decir, todos los clientes de televisión de Movistar, de una u otra manera, van a poder disfrutar de su contenido entre las novedades del mes de junio. Recibe el nombre de Todo Chaplin por M+ y, como ya te puedes imaginar, está dedicado a la figura de este mítico artista del cine. El canal llega justo después de que, hace unos días, se lanzase un canal dedicado a los Thriller.

Un homenaje de leyenda

Charles Chaplin nació en 1889 y falleció en 1977 a los 88 años. Durante su carrera, la cual se extendió durante un largo periodo de tiempo, llegó a protagonizar una gran cantidad de películas. Aunque su relación con los Oscar no siempre fue la más conveniente, lo cierto es que Chaplin ganó tres Oscar. Se convirtió en uno de los rostros más destacados del cine y acabó pasando a la historia por su estilo, su humor y su talento. Ahora Movistar Plus+ aprovecha para poner al genio ante una audiencia masiva para que todos sus usuarios tengan la oportunidad de disfrutar de sus películas.



El canal Todo Chaplin por M+ estará disponible en la parrilla de canales de Movistar Plus+ desde hoy hasta el día 6 de julio. Va a ser menos de un mes, pero se tratará de unas semanas muy especiales. Durante este periodo, sus seguidores y quienes nunca hayan visto sus películas, pero se animen a estrenarse, descubrirán que el humor de Chaplin resiste el paso del tiempo.

¿Qué películas se emiten?

Lo primero que hay que decir de este canal de Movistar Plus+ es que no solo va a estar cargado de cine, sino que también va a ser el lugar donde disfrutar del documental Chaplin. Espíritu gitano. Esta producción es muy reciente y aportará a los espectadores una forma distinta de profundizar en la leyenda del actor. Y lo haremos de la mano de Carmen Chaplin, la nieta de la leyenda del cine, quien explora la figura del intérprete desde un punto de vista inédito: sus orígenes gitanos. Con esta nueva mirada a su carrera e historia, los espectadores podrán conectar con un Chaplin que les sorprenderá.



El documental Chaplin. Espíritu Gitano en la interfaz de Movistar Plus+ web

La programación está cargada de películas. Hoy mismo se han emitido títulos como ¡Armas al hombro!, Vida de perro, Al sol, Un día de juerga o El chico, así como otras películas del estilo de La quimera del oro, El circo, Tiempos modernos o Una mujer de París. Como muchos de estos films tienen una duración reducida en comparación a otras películas, la programación los va repitiendo para que, pongamos cuando pongamos el canal, siempre encontremos algún clásico de Chaplin.

Además de los ya mencionados, el canal nos permitirá ver El gran dictador, Candilejas o Día de paga. Te recomendamos echar un vistazo a la programación de Movistar Plus+ y así estar al tanto de en qué horarios se emitirán las películas de Charles Chaplin que te apetezca ver. El documental también va rotando y se emite en diferentes momentos del día de manera aleatoria. Por ejemplo, hoy se emite una vez, mañana no se emitirá, pero el día siguiente habrá dos pases a lo largo de la jornada. En general, el canal es una oportunidad perfecta para que veamos películas de Chaplin sin tener que decidir cuál nos apetece ver. Simplemente conectamos el dial 18 de Movistar Plus+ y disfrutamos de lo que estén echando en ese momento. En la plataforma de streaming, por su lado, tienes el canal al lado de Documentales por M+.

eltelevisero IHUFFPOSTI

ACTUALIDAD

Si te gustó 'Adolescencia', esta miniserie británica es un éxito en Movistar Plus+ y dura menos de cuatro horas

por Juan Arcones Actualizado 12 Jun 25 - 10: 51

¿Ganas de un thriller psicológico que se vea del tirón, con giros sorprendentes y, encima, buenas actuaciones? Pues estás de suerte con 'Dos familias', una miniserie de cuatro capítulos basada en un bestseller que está disponible en Movistar Plus+.



James Norton es Pete Riley en la miniserie británica 'Dos familias'.

Sabemos que Netflix es una plataforma experta en hacer series de true-crime que nos vuelan la cabeza. Ya solo el año pasado tenemos decenas de ejemplos. Pero no es la única plataforma que tiene en su catálogo este tipo de historias o de thrillers psicológicos con un toque realista. Porque la última serie así que esta arrasando, como diría Thalía, está en Movistar Plus+ y se llama 'Dos familias'.

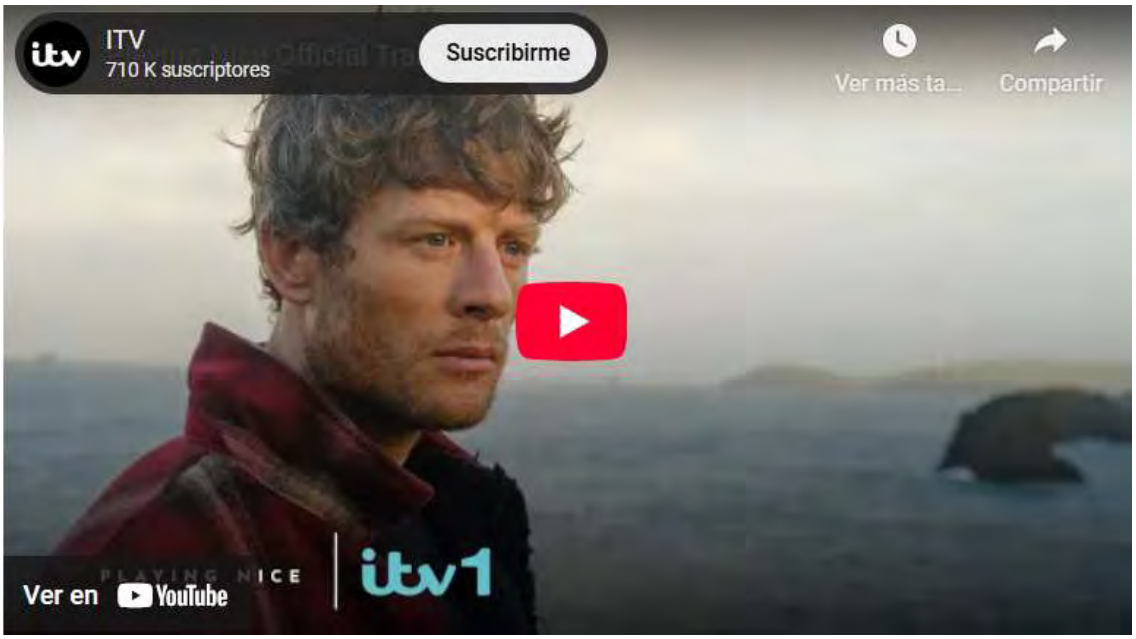
Esta miniserie cuenta con una única temporada de cuatro episodios. 'Dos familias' está dirigida por Kate Hewitt y basada en la novela del autor superventas J.P. Delaney (autor de 'La chica de antes') nos llega

directamente de Reino Unido. Una historia que se emitió en ITV a principios de año y que ahora está empezando a destacar en Movistar Plus+, tras estar disponible en la plataforma desde el mes de marzo.

La ficción británica que gustará a los espectadores de la aclamada 'Adolescencia' -también de Reino Unido-, cuenta con un reparto de alto nivel: James Norton ('Exmaridos') y Niamh Algar ('Mary & George') interpretan a una de las parejas. Mientras que James McArdle ('Sexy Beast') y Jessica Brown Findlay ('Downton Abbey') forman la otra.

Y es que la producción nos muestra cómo dos familias tienen que enfrentarse al hecho de que sus hijos no son sus hijos. Es decir, los intercambiaron en el hospital, y ahora tienen que decidir si quieren seguir criando al hijo que fue con ellos a casa, o a su hijo biológico. Con solo cuatro episodios, la trama combina una premisa familiar intensa con giros propios del thriller. Busca explorar la moralidad, el dolor y la crisis emocional derivada de un error fatal.

Se estima que ocurren entre 1 y 3 casos de niños intercambiados por cada millón de nacimientos, según estudios y registros médicos de países como Estados Unidos, Francia y Japón. Un estudio citado por The New York Times en 1998 estimaba que en EE.UU. ocurrían alrededor de 28 intercambios al año. Pero casi todos se detectaban rápidamente. En Japón, un caso famoso de 1953 no se descubrió hasta 60 años después, cuando un hombre hizo pruebas de ADN por curiosidad y descubrió que no era hijo biológico de sus padres.



Hoy en día la mayoría de hospitales implementan múltiples controles (pulseras, huellas, códigos) para evitarlo. Y, el propio protagonista James Norton ha hablado sobre ello en diversas entrevistas. Porque una de las principales críticas de la serie es su falta de realismo. "Quiero decir, mira, no quiero llevar la contraria [pero] las personas que dicen que es demasiado… ¡es drama!" dijo en el programa de radio Chris Evans' Virgin Radio show. "Deja a los espectadores haciéndose una sola pregunta: si descubres que tu hijo no es tuyo, ¿cómo reaccionarías?", subrayó también en The Independent.

Toda la serie se filmó entre finales de 2023 y principios de 2024 en Cornualles, pero también en Mevagissey, un pequeño pueblo pesquero o en Mawgan Porth Beach. Que solo sean cuatro episodios juega muy a favor de la historia, dándole un ritmo perfecto, donde todo cada vez va a más, explotando poco a poco en un final de infarto. ¿Realista? No. Pero tampoco lo necesita. Además, la química entre los personajes es uno de los elementos principales que hace brillar a la serie. Los cuatro protagonistas además contaron en una entrevista para los BAFTA que se relajaban entre toma y toma haciendo surf o disfrazándose de ABBA por las noches.

De qué va 'Dos familias'

Ambientada en el bucólico condado de Cornualles, 'Dos familias' narra la pesadilla de dos parejas que descubren que sus hijos pequeños fueron intercambiados al nacer por un error cometido en el hospital. Ahora se enfrentan al cruel dilema: ¿nos quedamos con el niño que hemos estado criando o reclamamos a nuestro hijo biológico?

El thiller psicológico más adictivo está en Movistar Plus+: una miniserie que dura menos de 4 horas

El thiller psicológico más adictivo está en Movistar Plus+: una miniserie que dura menos de 4 horas

Por Vega Ramos Actualizado el 12/06/2025



En la actualidad estamos viendo como muchas series y películas que abordan el tema de la maternidad y de la paternidad desde diferentes puntos de vista, desde los más cómicos, como es el caso de 'Padre no hay más que uno', hasta los más dramáticos, como puede ser el caso de la serie 'Adolescencia' o la película 'Sin instrucciones' de Paco León, que está disponible en Netflix. Y parece que no se acaban aquí. En Movistar Plus+ podemos encontrar un thriller psicológico en formato miniserie que te mantendrá pegado al televisor.

La miniserie en cuestión lleva como título 'Dos familias' y está basada en el libro de J.P. Delaney, que combina a la perfección drama y thriller psicológico en una historia que puede ocurrir en cualquier lugar del mundo. Y es precisamente por eso por lo que esta serie de Movistar Plus+ conseguirá mantenerte atento hasta que llegue a su final que, para ser sinceros, no es que sea demasiado larga, por lo que podrás incluso hacer una maratón de un día el próximo fin de semana.

‘Dos familias’, la miniserie de Movistar Plus+ que no podrás dejar de ver



Situada en la pintoresca región de Cornualles, ‘Dos familias’ narra la historia de dos parejas: Pete Riley (James Norton) y su pareja Maddie Wilson (Niamh Algar), junto a Miles (James McArdle) y Lucy Lambert (Jessica Brown Findlay, recordada por su papel de Lady Sybil en ‘Downton Abbey’). Todo cambia cuando descubren una verdad devastadora: sus hijos de tres años, Theo y David, fueron intercambiados al nacer debido a un error hospitalario. A partir de ese momento, ambos matrimonios deben afrontar una dolorosa decisión: ¿seguir cuidando al niño que han criado como propio o reclamar a su hijo biológico?

Lo que en un principio parecía un acuerdo amistoso para que cada pareja se quedara con el niño que ha criado, pronto comienza a deteriorarse. Maddie y Pete empiezan a sospechar que los Lambert no han sido del todo sinceros, y descubren una serie de engaños, mentiras y manipulaciones por parte de ellos con el objetivo de obtener la custodia de ambos niños.

A pesar de que parece la típica película de por la tarde de fin de semana, lo cierto es que nos encontramos ante un guion de notable, y es precisamente esto lo que hace que quieras terminar de ver lo que has empezado. Es una miniserie que se convierte en adictiva y dolorosa al mismo tiempo ya que se convierte en una situación muy complicada.

Lo mejor de esta miniserie de Movistar Plus+ es que avanza a buen ritmo y mantiene la tensión en todo momento. Es cierto que no es precisamente una historia novedosa, ya que la hemos visto en otras ocasiones, pero la elección del reparto y ese ritmo en el guion hace que sea una buena opción.

Tiene una duración inferior a cuatro horas



Otra de las cuestiones que más llama la atención de esta miniserie es su duración ya que ofrece cuatro episodios de unos 45 minutos, aproximadamente, por lo que en menos de cuatro horas habrás acabado de verla.

Es una muy buena opción para ver durante el fin de semana ya que podrás empezarla y acabarla en el mismo día. Es más, te meterás tanto en la historia y empatizarás tanto con los personajes que dejarla para otro día no será una opción.

Así que si aún no sabes qué ver este próximo fin de semana, 'Dos familias', el thriller psicológico que está disponible en Movistar Plus+, es una muy buena opción, a pesar de que no sea una de las novedades de esta semana.

PLATAFORMAS

La miniserie de Movistar Plus+ de tan solo 3 episodios y basada en hechos reales que te puedes acabar en una tarde

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



Barcelona Actualizado a 12/06/2025 12:39 CEST

El uso de las plataformas en streaming es cada vez más habitual entre los usuarios de todo el mundo. Por eso, entidades como Netflix, Prime Video o Movistar Plus+ están aprovechando la situación para ampliar día a día su catálogo de series, películas y documentales y ofrecerles a sus suscriptores los mejores contenidos, propios o no, del momento.

Las miniseries se han convertido en uno de los mayores reclamos de estas plataformas por su brevedad. Este el caso de 'Último acto', la producción sueca que está disponible en Movistar Plus+, bajo suscripción, desde el pasado mes de marzo. La adaptación del libro de la periodista Elisabeth Åsbrink tan solo tiene 3 episodios y se alzó como Mejor drama en la Sección Oficial Internacional de Serializados.



Sinopsis de 'Último acto'

En 1998, el mundialmente famoso dramaturgo Lars Norén y la productora teatral Isa Stenberg reciben la invitación de colaborar en la prisión sueca de Tidaholm con tres convictos de larga duración, dos de ellos neonazis. La junta de la prisión está deslumbrada por la fama de Norén y considera el trabajo teatral como una forma de rehabilitación.

Una miniserie sueca que se mueve entre el drama, el documental y el Dogma. Una historia basada en hechos reales que plantea relevantes cuestiones éticas de plena actualidad. Ganadora en Serializados 2024 y premio al Mejor Guion en Goteburgo 2025.

En el reparto destacan Maria Sid ('Todos los pecados', 'El club de los martes'), David Dencik ('Familias como la nuestra', 'Prisoner', 'Harry Palmer: el expediente Ipcress') y Martin Nick Alexandersson, entre otros.