



RESUMEN DE MEDIOS

MARTES, 15 DE JULIO DE 2025

TEMAS DEL DÍA

La guerra del *streaming* se reduce a dos: YouTube vs. Netflix (The New York Times)

Cómo pueden Meta, TikTok y Spotify arrebatarle la corona a YouTube (Variety)

Las alianzas entre *broadcasters* y *streamers* están provocando un "cambio sísmico" en la industria (Cveintiuno)

TV DE PAGO ESPAÑA

Netflix lidera en España, pero cede cuota frente a Apple TV+, FILMIN y Movistar+ (TTV News)

Netflix España da luz verde a serie de comedia de la dupla Cavestany y Fernández Armero (Cveintiuno)

DERECHOS EUROLIGA 2031

Movistar Plus+ renueva los derechos de la Euroliga hasta 2031 (VARIOS)

FICCION ORIGINAL

LA CAZA IRATI

'La caza. Irati' lanza su tráiler y anuncia que se estrenará en Movistar Plus+ el 4 de septiembre (VARIOS)

CINE ORIGINAL

SIRÂT

Entrevista con Oliver Laxe y Sergi López: "Sirât es una película verdaderamente yihadista" (So Film)

"Sirât", anatomía de una rave (So Film)

'Sirât' sólo pierde un 28% de espectadores en su sexto fin de semana en cines (El Blog de cine español)

NO FICCION ORIGINAL

PEREJIL

Sin noticias de la isla de Perejil (Rafael Moyano en El Mundo + edición online)

HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ

Leiva estrenará un documental "muy íntimo" en otoño (Grupo NOTICIAS)

DEPORTE Y TV

ESPN no igualará la oferta de Apple de 150 millones de dólares por la F1: las grandes tecnológicas toman el relevo de la TV por cable (Puck)

La gran apuesta de Apple por el contenido deportivo de prestigio está dando sus frutos (The Wrap)

Brasil: Globo recupera la F1 con la oferta más baja y la OTT de un *streamer* emitirá el Mundial 2026 (2Playbook)

Presentación de Ligue1+: precios y distribución (DecodeTV)

Alan Pace, dueño del Burnley, compra el RCD Espanyol por 130 millones de euro (La Vanguardia)

ALK Capital: ¿quién hay detrás del fondo que ha comprado el RCD Espanyol por 130 millones? (2Playbook)

Un Mundial de Clubes con luces y sombras: lo mejor y lo peor del torneo que ha terminado alzando el poderoso Chelsea (EL PAÍS)

Los contrastes del Mundial de clubes: contrato de televisión "revolucionario", de 3.000 a 70.000 espectadores y audiencias lejos del fútbol de selecciones (El Mundo)

El Mundial de Clubes de Infantino y Trump no cautivó a la afición e indignó a grandes ligas y futbolistas (La Voz de Galicia)

Sky arrebató la liga italiana de baloncesto a DAZN con un contrato hasta 2028 (2Playbook)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

atresplayer presenta dos apuestas de ficción en el Festival de San Sebastián (TTV News)

¿Por qué arrasan las adaptaciones de Wattpad? (Cveintiuno)

La productora de 'La infiltrada' denuncia presiones durante el rodaje: "La historia de los vascos la cuentan los vascos" (El Independiente)

TELEFÓNICA Y TELECOMUNICACIONES

Digi y Telefónica siguen apretando las tuercas en el mercado de telefonía y se llevan medio millón de clientes hasta junio (El Mundo)

Echarri lanza un órdago de 7.000 millones a KKR y GIC por la fibra de MasOrange (El Confidencial)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Un Netflix completamente nuevo: Medidas drásticas contra las contraseñas compartidas, anuncios, eventos en vivo, subida de precios (Antenna)

HBO Max necesita más HBO (Puck)

Audiencias de TV: Las cifras finales (por fin) de los principales programas de las cadenas en 2024-2025 (EXCLUSIVA) (The Hollywood Reporter)

¿Qué se necesita para concretar el acuerdo Paramount-Skydance? (The Hollywood Reporter)

Fans de todo el mundo furiosos protestan por la retirada de "South Park" de Paramount+ en plena disputa por la licencia (The Hollywood Reporter)

Las películas animadas originales no han muerto, simplemente se han trasladado al *streaming* (The Wrap)

Una semana en noticias desde Los Ángeles... (Cine & Tele)

El "Superman" de James Gunn es exactamente lo que les faltaba a las películas de DC (The Verge)

Blumhouse se reestructura con la salida de un 6% de la plantilla en un mal año para sus estrenos (Kinótico)

¿El último reto de YouTube? Ganar un Emmy. Michelle Khare podría conseguirlo (Los Angeles Times)

MOVISTAR PLUS+

El canal "Vacaciones por M+" ya está aquí, y ésta es la programación completa de su primer fin de semana (Mundo Xiaomi)

Movistar Plus+ estrenará todas estas películas de cine en exclusiva (Adslzone.net)

Movistar Plus+ se prepara y comienza a probar un canal HDR para ver el fútbol de LaLiga (ADSL Zone)

Solo necesitas 3 horas: las miniseries de Movistar Plus+ que te van a enganchar este verano (La Razón)

Dos historias de amor conectadas por el tiempo. Tráiler de 'Outlander: Sangre de mi sangre' (El Séptimo Arte)

'Volver a ser grandes', el emotivo homenaje de Movistar Plus+ al fútbol modesto (Grupo JOLY)

'Agatha Christie: Hacia cero', intrigas y misterio inglés que siempre satisface en 3 capítulos (La Mirada Norte)

De todos los estrenos de cine de Movistar Plus+ en 2025, me quedo con "Heretic", adictiva película de suspense de Hugh Grant: "Resulta imposible apartar la mirada" (ELLE)

Movistar+ estrena en pocos días la precuela más esperada de los últimos tiempos (Las Provincias)

"Todas las criaturas grandes y pequeñas": la serie que triunfó en Reino Unido y que ahora está disponible en Movistar Plus+, perfecta para ver del tirón (Mundo Deportivo)

La miniserie de Movistar Plus+ de solo 9 episodios protagonizada por Mark Ruffalo que arrasa en España (Mundo Deportivo)

"Tardes de soledad": La mejor película de la semana causó polémica en su estreno y es capaz de volverte el estómago del revés (Sensacine)

Hugh Grant, irreconocible en "Heretic", el aclamado thriller de terror que llega a Movistar Plus+ (Vemos TV)

Cuatro recomendaciones en *streaming* para ver este fin de semana ("Heretic", en Movistar Plus+) (Cinemanía)

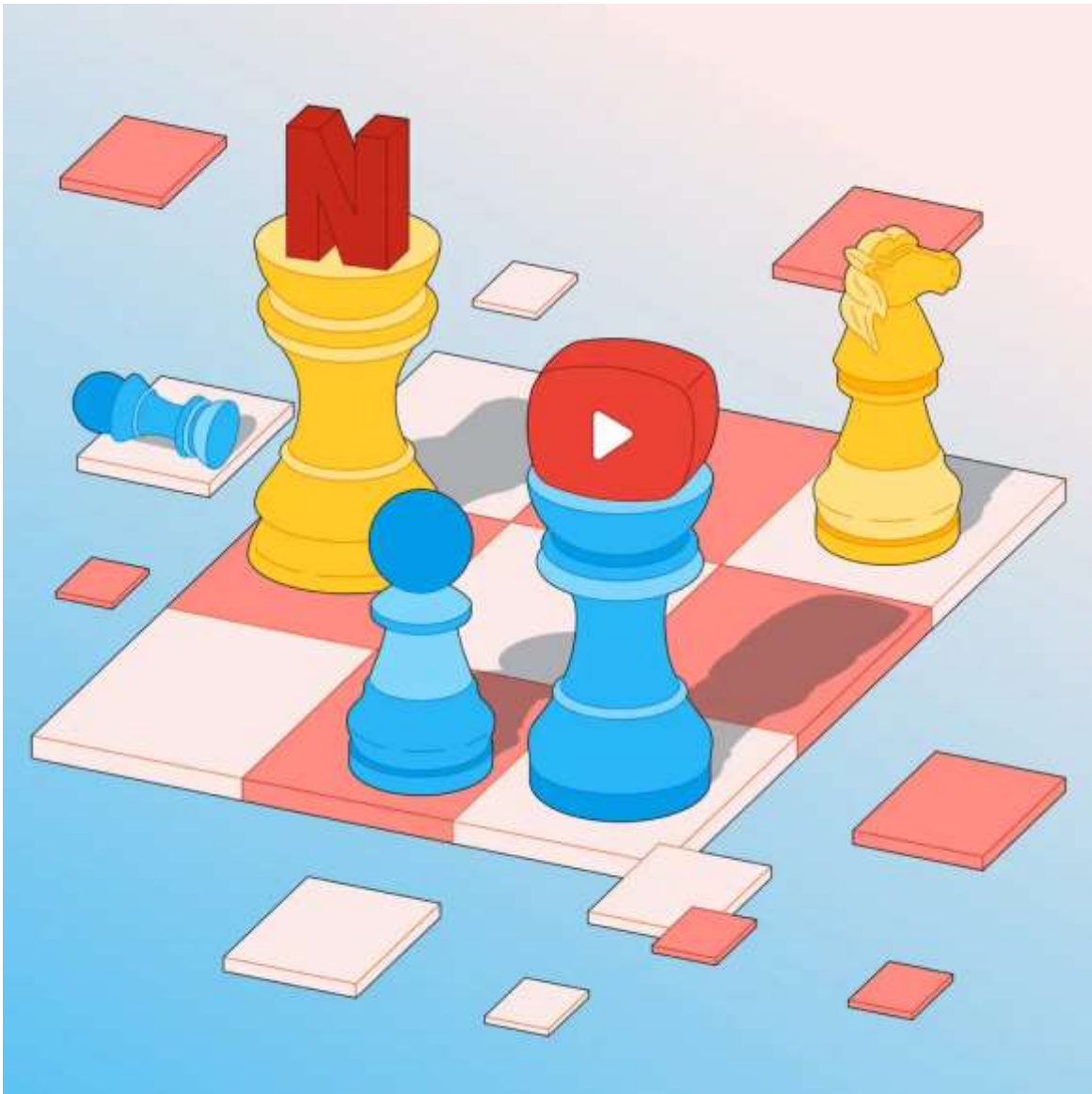
Ya en Movistar Plus el documental 'Caminando entre dinosaurios' (Teleaudiencias)



The New York Times

The Streaming Wars Come Down to 2: YouTube v. Netflix

The two giant video companies have far different strategies, but the same goal: controlling your TV set.



By John Koblin July 12, 2025

For many years, Netflix executives bristled at the notion that the company really had a rival. Not Hollywood powerhouses like Disney, nor tech giants like Amazon. Instead, Reed Hastings, the company's co-founder, insisted at one point that Netflix competed with people's desire to socialize, or to go to sleep.

But there's no hiding from YouTube.

Netflix and YouTube are increasingly locked in a fierce battle for control over the television set, a rivalry that even Netflix's executives can no longer deny.

"That was more of a fun narrative than it was, you know, the brutal truth," Jason Kilar, the founding chief executive of Hulu and a former chief executive of WarnerMedia, said about those past comments. "The brutal truth is that YouTube is indeed the biggest competitor of Netflix at this point."

The rivalry signals how the streaming wars have entered a new phase.

For years, increasing subscriber numbers to their streaming services was the ultimate goal for media companies. Now, those companies are trying to increase the amount of time viewers spend on their service. On that score, YouTube and Netflix stand above the competition.

The two accounted for 20 percent of all television viewing time in the United States in May — 12.5 percent for YouTube, 7.5 percent for Netflix, according to Nielsen. The next closest streaming competitor is Disney, whose multiple streaming services (Disney+, Hulu, ESPN+) together accounted for 5 percent of TV time in May, Nielsen said.

And YouTube's lead keeps getting wider. Two years ago, YouTube's share of TV time was roughly half a percentage point higher than Netflix's — now it is five percentage points.

Their strategies for success are very different, but, in ways large and small, it's becoming clear that they are now competing head-on. Top executives at both companies are beginning to mention each other in public more, sometimes dismissively. And the companies are veering into each other's turf, with Netflix executives showing an increased appetite for signing up creators who otherwise call YouTube their home — and trying to explain why their business model would be better for them.



Netflix and YouTube are increasingly locked in a fierce battle for control over the television set. Credit...Mario Tama/Getty Images

“Who is in the biggest fight around scale and eyeball aggregation? YouTube and Netflix,” said Ben Silverman, the chairman of Propagate, a production company, and a former chairman of NBC Entertainment.

Representatives for Netflix and YouTube declined to comment for this article.

Both companies are competing from a position of strength. Netflix’s revenue in 2024 reached \$39 billion, and it has more than 300 million global subscribers, more than any other streaming service. The company is also hugely profitable: Netflix had more than \$10 billion in operating income last year.

YouTube, which is owned by Google, had revenue of \$54 billion last year. The only media company with more was Disney. MoffettNathanson, a media analyst group, projected that YouTube would eclipse Disney in revenue this year and described it as “the new king of all media.” The company does not disclose profits, but MoffettNathanson estimated that YouTube’s operating income was just under \$8 billion in 2024.

The two companies have very different approaches. Netflix is in the business of making and licensing traditional television shows, movies, documentaries, game shows or reality TV. The company hand-selects what it puts on its service, pays talent upfront and finances all the production costs, and often retains ownership of its original programs.

YouTube allows anyone to post almost anything. People who upload an original video shoulder the financial cost upfront, but they also collect a check from YouTube based on the amount of revenue it generates. Those creators generally own the rights to their content.



YouTube, which is owned by Google, had revenue of \$54 billion last year. Credit...Jim Wilson/The New York Times

YouTube took a stab at making original TV shows but abandoned that game plan years ago. It worked. Now people go to YouTube for virtually anything, ranging from cat videos to music playlists to video podcasts.

On average, YouTube has an audience of seven million viewers watching off a TV set at any given moment during the day, more than Netflix's daily average of 4.7 million, Nielsen said.

During prime-time hours, however, when the highest concentration of viewers is watching TV, the margins are tighter. An average of 11.1 million Americans are tuned into YouTube on their TV screens at night this year while 10.7 million are watching Netflix, Nielsen said.

Of course, Nielsen only measures viewership off a TV screen. Both companies have huge audiences that watch in other ways, including on a smartphone, tablet or laptop. Roughly 70 percent of Netflix's audience, for instance, watches its programs via a television set, and the other 30 percent through other devices, the company said.

In March, at an event hosted by the Paley Media Council, the Netflix co-chief executive Ted Sarandos compared YouTube to the minor leagues. When a creator works with YouTube, he said, that person can "cut their teeth or develop an idea."

"It's a little bit of a farm league," he continued. "And then they can come up and do something that we would take the financial risk with them."

Mr. Sarandos also suggested that Netflix remained a platform where you pay close attention to a program — an intentional choice essentially, perhaps during prime time — whereas YouTube was a far more passive viewing experience.

"There's a difference between spending time and killing time," he said. "We're in the how-you-spend-time business."

Neal Mohan, YouTube's chief executive, responded to Mr. Sarandos's commentary at an advertiser event in France last month, emphasizing that viewers "get to decide how to spend" their time.

"Who am I to say what's spending time, engaging time, quality time, killing time?" he said, at an event hosted by The Ankler, an entertainment news outlet. "That's, frankly, just the industry kind of talking to itself."

And when Mr. Mohan was asked what he had been watching recently, he mentioned a documentary about Brett Favre before getting a jab in.

"It was on Netflix," he said, "so I don't know if I was killing time there."

In recent months, Netflix has licensed shows from creators who used to be primarily on YouTube. "Ms. Rachel," a children's program that appears on YouTube, has also been streaming on Netflix since the beginning of the year, to great success. Netflix has also brought on shows like the game show "Pop the Balloon" and "Sidemen," a popular British YouTube group. The company has also been in discussions with representatives from other popular YouTube channels, including Mark Rober, Dude

Perfect, Danny Go and Gracie's Corner, according to two people familiar with the negotiations.



YouTube children's influencer "Ms. Rachel," Rachel Anne Accurso. Credit...Amy Lombard for The New York Times

Jad Dayeh, a senior partner at the William Morris Endeavor talent agency, said Netflix executives had taken a much greater interest in YouTube over the past year or so.

"They're unfazed by, like, Apple and HBO Max — it's very clear that they do not care what Apple is doing," he said. "But they're more conscious of what YouTube is doing."

Similarly, Oren Rosenbaum, a partner at the United Talent Agency, said: "They're jealous of each other. I don't think either one wants to admit that to themselves or each other. But when you have conversations with each of them, there is that jealousy."

Both companies have tech roots. And in the tech world, there is often a competition between two or three top companies for leading market share in any given industry. Amazon battles Microsoft in cloud computing. Microsoft, Google and Amazon compete in the upper rungs of artificial intelligence. And Apple and Google go head to head for the top of the smartphone market.

As with the competition between the iPhone and Android smartphones, Netflix and YouTube are essentially two different systems: a closed platform (Netflix) versus an open one (YouTube). And while Netflix's recommendations for viewers are far ahead of many of its streaming competitors', YouTube has more data inputs from users to make even more precise recommendations.

"When you open up YouTube you are going to get a far more surgical presentation of things to entertain you than you will ever get at a traditional streamer," said Mr. Kilar, the former Hulu and WarnerMedia chief executive.

Of course, within all of video entertainment, in particular mobile viewing, the companies also fiercely compete with TikTok and Instagram. But Mr. Kilar believes that in the coming years, Netflix will continue to take viewing share from its traditional Hollywood rivals. But he thinks YouTube has greater potential to expand its viewing time, given the growth trajectory of shorter videos, particularly with younger audiences.

"I'm bullish on both companies, make no mistake, but I am relatively more bullish on YouTube," he said.

During the go-go cable years, entertainment executives used to repeat the mantra, "content is king." Mr. Dayeh, the talent agent, said that these days "audience is king" — and two players stand to benefit the most.

"Netflix was like, 'We want to be a studio,' and they became a platform," he said. "YouTube was a platform that is now becoming a studio. But what they both did was create these forums that are for everyone.

"That's where the battle starts to really shape up," he said, "because they're competing for the same everyone audience."

HOW META, TIKTOK AND SPOTIFY CAN SNATCH YOUTUBE'S CROWN

By Robert Steiner ▾

f X □ p t +



IN THIS ARTICLE

Meta and TikTok want YouTube's small-screen success, but their lack of long-form content is a significant hurdle

Spotify, meanwhile, is expanding its video podcast tools to all creators, including YouTubers

It's unlikely these platforms will outdo YouTube, but its ascent as the "new TV" may leave smaller creators seeking alternatives

YouTube may be enjoying its reign as the king of video on both mobile and TV screens, but besting YouTube isn't necessarily an impossible feat.

As the Information reported in late June, both Meta and TikTok are apparently working on TV apps of their own.

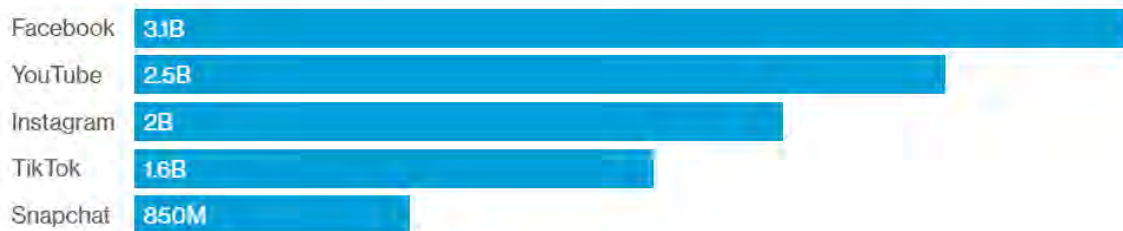
Meta wants to create a TV platform for Reels, likely part of its recent effort to standardize its short-form video format across IG and FB under the “Reels” label.

TikTok’s plan, meanwhile, is more elaborate than a port of its phone app (which it quietly launched in 2021 and shut down this year to little fanfare). The company reportedly wants to reach older viewers with the app, which may include higher-budget, made-for-TV content. The report lines up with TikTok’s publicly stated ambitions of conquering the living room at Cannes Lions in June.

If Meta’s wealth of Reels content can bring viewers to the small screen, its combined tally of Facebook and Instagram monthly active users could potentially give YouTube some competition. But users don’t necessarily translate to views, especially when neither Meta nor TikTok has prioritized video creation for nearly as long as UGC pioneer YouTube.

Top 5 Social Media Platforms, by Monthly Active Users

Data as of June 2025



Precedent isn’t on Meta and TikTok’s side, either. Even entertainment giants like Netflix and Disney can barely keep up with YouTube in the race for people’s TV watching time. YouTube hasn’t left the top spot as most-watched media distributor on American TV screens since February then, per Nielsen Gauge data, when CEO Neal Mohan declared it the “new television.”

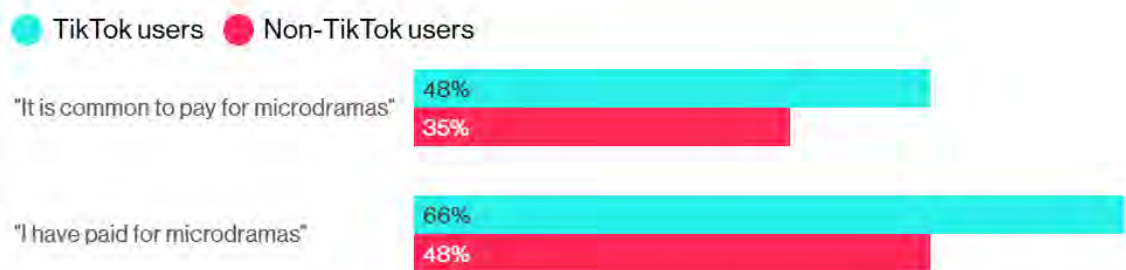
And that’s not to mention that YouTube Shorts is dominating the short-form world, with Mohan reporting at Cannes Lions that Shorts now averages 200 billion daily views (though that might also be partly thanks to the updated view count system). To add more pressure, YouTube also recently overhauled its influencer marketing tools, essentially mirroring Instagram’s services.

But maybe the play here isn’t to become “new TV” but to fill gaps left by YouTube in its pursuit to SVODify its TV presence and prepare its biggest creators for high-production, even Emmy-worthy, output. In other words, Meta and TikTok shouldn’t even bother with long-form video – which is not only YouTube’s wheelhouse but also is treading in SVOD territory – and lean into the short-form formats users already know.

Meta currently doesn't seem interested in original video anyway, perhaps because it already tried with the oft-forgotten Facebook Watch. TikTok, on the other hand, could apply its interest in microdramas to its TV app efforts. VIP+ reported in April on how TikTok commissioned a white paper into the potential of microdramas in international markets, which found that U.S. TikTok users were particularly primed to become microdrama fans.

U.S. Consumer Perceptions of Microdramas

Percentages of those who agreed with the following:



Source: TikTok for Business "Short Video Overseas Marketing White Paper," 2024

Note: Translated from Chinese; results based on U.S.-focused survey conducted by a third-party organization (n=1000)

Even if microdramas aren't currently made by TikTok, their regular virality on the app have them closely associated with TikTok for the casual fans or passing viewers. (TikTok's parent company ByteDance owns microdrama app Hongguo.)

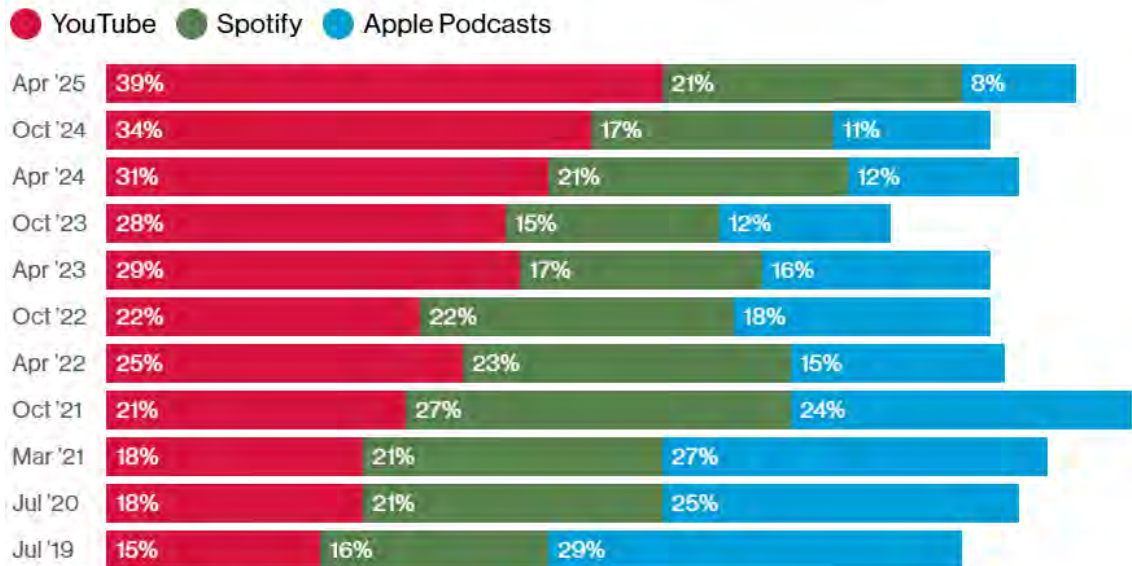
Just as how the microdrama industry carved a niche for itself outside of competing with long-form platforms, perhaps TikTok could do the same on TV. Of course, whether or not viewers would watch microdramas when you take away one of the genre's core traits — being made to watch vertically on your phone — is unclear.

But these weren't the only recent challenges aimed at YouTube. A day after the Information report, the Ankler published a leaked deck from Spotify detailing its own hard push into video. The move is seemingly building off of its plan to expand its Partner Program and audience development tools initially launched for video podcasters to video creators of all stripes. (Its low-profile deal with creator-run streamer Nebula last summer, which ported a handful of creators' videos over to Spotify, seems to have served as a proof of concept.)

That move makes sense considering YouTube handily won the video podcast race. The latest "Podcast Download" report from Cumulus Media and Signal Hill Insights confirms that Spotify did little to curb YouTube's growing video podcast audience, which is currently averaging over 1 billion views per month.

Podcast Consumption: YouTube vs. Spotify vs. Apple Podcasts

% of weekly podcast consumers who use the following platforms most often



Source: Cumulus Media, Signal Hill Insights "Podcast Download," spring 2025; chart: Variety Intelligence Platform

Note: All respondents were 18+ and spent at least one hour listening to and/or watching podcasts within the past week

For more data, visit [VIP+](#)

Still, Spotify said last year it saw a 44% YoY increase in time spent watching videos on the app, and the leaked deck cited that over 300 million users (out of its 675+ million monthly active users) have streamed a video podcast, 70% of whom watched with said videos in the foreground. These stats have seemingly given Spotify the confidence to broaden its video horizons beyond just podcasts and court YouTubers into posting their videos directly on Spotify.

But perhaps learning from shelling out for podcast exclusivity deals that went nowhere, Spotify isn't trying to drive creators away from YouTube. Instead, it's positioning the platform as another income source for video creators and a tool for more effectively engaging with fans. Spotify also rolled out likes and comment sections for its podcasts last year, and it lets creators link directly to membership platforms like Patreon.

We're already seeing some major YouTubers make the jump to Spotify – the Ankler pointed out how several YouTubers appear on the podcast charts even though their "podcasts" are just reuploaded YouTube videos. But Spotify's video audience, while growing, is a fraction of YouTube's base, making it harder to court larger creators who are content with the audience and payouts they get from YouTube.

Still, as YouTube moves heavier into TV-caliber content, perhaps Spotify can find a video niche by catering to a “Goldilocks”-type of creator: not too small but not MrBeast big.

Another potential factor in Spotify’s favor: The Cumulus report also noted 72% of YouTube podcast consumers said they would switch platforms if a show were to become exclusive elsewhere. While Spotify probably isn’t aiming for exclusivity, the metric exposes the double-edge sword of YouTube’s model: YouTubers are independent creators, and viewers watch YouTube for them — not for YouTube.

There’s a chance Spotify & Co. could exploit that fact in their endeavors and become an alternate, maybe even sizable, TV destination. It would likely take more aggressive moves to outright topple the king of video, but if that is these companies’ ultimate goal, then they better not miss.

Alianzas entre broadcasters y streamers están provocando un “cambio sísmico” en la industria, advierten en CMC

Los acuerdos entre broadcasters y plataformas SVOD en Francia y Reino Unido están provocando un “cambio sísmico” que terminará por dejar el mercado en manos de un puñado de plataformas globales, advirtieron la semana pasada varios ejecutivos en el Children’s Media Conference (CMC) de Sheffield.



Jiella Esmat

La afirmación llegó de parte de Jiella Esmat, ejecutiva de Moonbug, Sony, NBCUniversal y Paramount, quien el año pasado lanzó la compañía orientada a desarrollar propiedad intelectual 8 Lions Entertainment junto a Karine Ahton.

Esmat se refirió a los recientes acuerdos entre TF1 y Netflix y entre France Télévisions y Amazon, que permitirá al contenido de los broadcasters franceses estar disponible en dichas plataformas.

Poco después, la semana pasada, ITV en Reino Unido y Disney+ anunciaron una alianza similar, que contempla la inclusión de selecciones promocionales de contenidos entre pantallas.

“Vamos a ver cada vez más de esto, a medida que los canales públicos y los grandes broadcasters terminen por reconocer que la mayoría de la gente está en las plataformas”, sostuvo Esmat.

“Básicamente, esto va a reducirse a unas pocas plataformas globales dominantes, más algunos otros servicios menores por ahí. Pero creo que este es un cambio sísmico que va a actuar como catalizador para que ocurra también en otras regiones”, agregó.

Al referirse a la financiación del contenido infantil, especialmente frente a la migración masiva de niños a YouTube, que no financia programación original, Esmat sugirió a los productores que consideren el branded content, modelo cada vez más común en la programación para adultos.

“Hay otra vía de financiación de la que no se habla tanto, y es trabajar con marcas y anunciantes. El mundo de la publicidad está cambiando. Como consumidores, ya no queremos conectar con anuncios de 20 segundos con música molesta; todos los adelantamos. Pero las marcas están buscando nuevas formas de conectar con las audiencias a través del contenido y la narrativa”, explicó.



John Reynolds

“Ese modelo funciona muy bien con YouTube, porque YouTube no te va a decir que no puedes incluir product placement, como sí lo haría un canal público. Si somos inteligentes con el product placement o con la forma de colaboración con las marcas, se pueden generar contenidos que alimenten a YouTube, que luego puedan monetizarse y expandirse a otros formatos”.

En el mismo panel participó John Reynolds, ejecutivo de la productora de animación irlandesa Jam Media y fundador este año de la consultora Flip Side Media. Reynolds instó a los productores a pensar “fuera de la caja” y explorar vías de financiación no tradicionales.

“Lo que puede parecer la ruta obvia te lleva a tener una conversación diferente y acabar encontrando financiación. Estoy trabajando en una serie sobre el Alzheimer y hemos hablado con la Alzheimer’s Society en Reino Unido y en Estados Unidos, y ellos nos pusieron en contacto con una fundación interesada en apoyar el proyecto. Se nos abrió una puerta que no esperábamos”, dijo.

“Hay que pensar distinto, intentar conectar. Hay que buscar en cada rincón hasta encontrar el dinero”, agregó.



Netflix, JustWatch

Netflix mantuvo su liderazgo durante el segundo trimestre, seguida de Prime Video en la segunda posición y Disney+ en la tercera. Max, por su parte, conserva el cuarto lugar en el ranking.

Netflix lidera el *streaming* en España, pero cede cuota frente a Apple TV+, FILMIN y Movistar+, según el informe publicado por JustWatch, sobre las cuotas de mercado de las plataformas de *streaming* por suscripción (SVOD) en España, correspondiente al segundo trimestre de 2025.

El análisis, basado en la actividad de sus 4,5 millones de usuarios mensuales en el país, confirma que Netflix sigue siendo la plataforma más popular, aunque registra un leve retroceso.

Según los datos de JustWatch, Netflix mantuvo su liderazgo durante el segundo trimestre, seguida de Prime Video en la segunda posición y Disney+ en la tercera. Max, por su parte, conserva el cuarto lugar en el ranking.

El informe destaca cómo se han movido las cuotas de mercado respecto al trimestre anterior: Netflix y Prime Video han perdido 1 y 2 puntos porcentuales respectivamente, mientras que Max también ha caído un punto. En contraste, plataformas como Apple TV+, FILMIN (incluyendo su versión Filmin Plus) y Movistar+ han conseguido ganar presencia en el mercado.

El método de JustWatch para medir estas cuotas se basa en las interacciones de sus usuarios, como hacer clic en una oferta de streaming, añadir contenidos a su lista de seguimiento o marcar títulos como «vistos». Este enfoque permite reflejar las tendencias de consumo y el interés real por cada plataforma en un momento en el que la competencia sigue intensificándose.

Estos movimientos en las cuotas de mercado evidencian la creciente fragmentación del ecosistema SVOD en España, donde los servicios más especializados y locales comienzan a captar mayor atención de los usuarios, mientras que los gigantes del sector enfrentan el reto de retener su posición dominante.

Netflix España da luz verde a serie de comedia de la dupla Cavestany y Fernández Armero



Juan Cavestany y Álvaro Fernández Armero

El dúo de guionistas españoles Juan Cavestany y Álvaro Fernández Armero ha creado para Netflix la comedia 'Grande de España', según pudo saber Cveintiuno.

Producida por Cuidado con el Perro, la serie ya completó su rodaje y llegará próximamente a la plataforma, que aún no la ha anunciado oficialmente.

Cavestany y Fernández Armero son dos de los guionistas de comedia más reconocidos de España, creadores de series como 'Vergüenza' y 'Sentimos las molestias' para Movistar Plus+ o 'Pena ajena' para Pantaya, además de películas como 'Salir pitando'.

Según pudo saber Cveintiuno, 'Grande de España' está protagonizada por Antonio de la Torre, quien interpreta a Leandro, un marqués obsesionado con conseguir el título nobiliario de Grande de España, otorgado por el rey.

Sin embargo, no se trata de un marqués bien posicionado, sino en decadencia, tanto que se verá obligado a poner en venta su palacete familiar para pagar la boda de su hija. Cuando aparece una posible compradora, Leandro intentará conquistarla.

Fernández Armero y Cavestany producen esta nueva serie a través de Cuidado con el Perro, productora fundada por ambos en 2019 junto con Alicia Yubero, desde la que han realizado proyectos como 'Señorías', 'Madrid, Ext.' o 'Bodegón de fantasmas'.

Se trata de la primera serie liderada por De la Torre, el actor español con más nominaciones a los premios Goya y quien en las últimas décadas ha desarrollado su carrera principalmente en el cine.

En televisión ha protagonizado títulos como 'La línea invisible' (Movistar Plus+), 'Perdóname, Señor' (Telecinco), 'El continental' (RTVE) y 'Las de la última fila' (Netflix), así como en producciones británicas como 'El infiltrado' (BBC/AMC) y 'The Mallorca Files' (BBC).

Junto a De la Torre participa la actriz Alexandra Jiménez, cuya última ficción televisiva como protagonista fue 'Escándalo, relato de una obsesión' (Telecinco), y ha aparecido en otras como 'El inocente' (Netflix) o 'Atrapa a un ladrón' (Paramount Network).

'Grande de España' se sumará al catálogo de Netflix España, que estrenará este mes de julio la serie 'Superestar', sobre la cantante Tamara, y ha anunciado 'Dos tumbas' para agosto y 'El refugio atómico' para septiembre, la nueva serie de los creadores de 'La casa de papel'.

Figuran también en el pipeline, en distintas fases de producción, otros títulos como 'Julio Iglesias: La serie', 'Salvador', 'El cuco de cristal', 'Ciudad de sombras', 'El mapa de los anhelos' o 'Aquel'.

Álvaro Onieva

14-07-2025

©cveintiuno



Movistar Plus+ and EuroLeague Extend Broadcast Partnership Until 2031



11 julio 2025

Euroleague Basketball is delighted to announce the renewal of its longstanding partnership with Movistar Plus+, securing the exclusive broadcast rights of the EuroLeague and non-exclusive rights of the BKT EuroCup in Spain through the 2030-31 season.

This five-season extension, secured by Euroleague Basketball's strategic partner IMG, signed a full year ahead of the current agreement's expiration, reinforces Movistar Plus+'s unwavering commitment to delivering premium sports content to its subscribers. The renewal ensures that Spanish basketball fans will continue enjoying world-class coverage of the two premier club basketball competitions for years to come.

Spain will be prominently represented in the expanded 20-team EuroLeague during the 2025-26 season, with Baskonia Vitoria-Gasteiz, FC Barcelona, Real Madrid, and Valencia Basket all set to compete in what promises to be the most competitive edition yet, while Baxi Manresa will make its debut in the BKT EuroCup.

“We are delighted to renew our partnership with Movistar Plus+, a platform widely known for their premium quality and excellence, which makes it the perfect home for the EuroLeague and the EuroCup”, said Paulius Motiejunas, Euroleague Basketball CEO. “Spain remains one of our most strategic markets, and this renewal is key to ensuring the delivery of high-quality broadcasts and premium editorial content, further enhancing the fan experience. This long-term agreement highlights the strength of our collaboration and ensures that Spanish fans will continue to enjoy world-class coverage as the EuroLeague embarks on an exciting new chapter of competition and growth.”

As part of the agreement, Movistar Plus+, owned by Spanish telecommunications leader Telefónica, will broadcast every EuroLeague fixture featuring Spanish teams, as well as a curated selection of the top games from across the league. Starting September 30, the top two games of each round will be available to all Movistar Plus+ customers. For fans seeking the complete EuroLeague experience, up to five games per round—including every game involving Spanish clubs, will be available through Movistar’s enhanced sports package across multiple channels.

“This is a new step in Movistar Plus+'s strategy to strengthen our commitment to top-level sports and to continue shaping, in this new phase, an unmatched content offering featuring the best of the main competitions. The EuroLeague is the highest expression of basketball, and we will strive to meet the highest standards in every game.” states Daniel Domenjo, Movistar Plus+ CEO

Movistar Plus+ will also continue to give significant prominence to non-live EuroLeague content, offering fans an immersive experience beyond the games. This includes exclusive interviews, in-depth pre- and post-game shows for selected matchups, and the fan-favorite program Eurofighters. Produced by Movistar’s top-tier editorial team, Eurofighters provides expert analysis, insider access, and premium editorial content that reviews each EuroLeague round in detail.

This renewed alliance between Euroleague Basketball and Movistar Plus+ not only secures premium coverage for Spanish fans but also reinforces the EuroLeague’s growing influence and popularity in one of Europe’s most passionate basketball markets.

Movistar Plus commits to EuroLeague to 2031



Ida Wood

July 11, 2025

Share:



Telefónica-owned pay-television operator Movistar Plus has signed a five-year renewal with Euroleague Basketball to show its two continental club competitions in Spain through to the end of the 2030-31 season.

The new agreement in one of Euroleague's major commercial markets has been signed a year before the existing contract expires and covers exclusive rights to the EuroLeague and non-exclusive rights to the second-tier EuroCup.

The deal comes with Valencia rejoining the elite EuroLeague from 2025-26, but with continued uncertainty over the long-term commitment of Barcelona and Real Madrid to the competition, given the NBA's aggressive European expansion plans.

Baskonia is the fourth Spanish team competing in the elite European clubs' basketball competition, while Baxi Manresa is making its EuroCup debut in 2025-26.

Movistar Plus returned as a EuroLeague rightsholder in 2023-24, showing five matches per week, including all those involving Spanish clubs and selected marquee fixtures from each matchweek. At the time it replaced multi-platform broadcaster DAZN, which held exclusive rights in Spain to the EuroLeague and EuroCup between 2019-20 and 2022-23.

Telefónica had held the EuroLeague Basketball rights for multiple cycles before DAZN came in.

Under the terms of the new deal, which was brokered by EuroLeague Basketball's long-term commercial partner IMG, Movistar Plus will continue to show every game involving Spanish clubs, as well as select other matches. No cap on the number of live broadcasts has been stated.

Movistar will continue its EuroLeague analysis show that incorporates footage from matches it does not broadcast through its new broadcasting contract.

Last month, both Barcelona and Real Madrid were confirmed in the 2025-26 EuroLeague. There had been doubts over their participation, with both said to be interested in the NBA's early-stage European plans.

Paulius Motiejunas, EuroLeague Basketball CEO, said today (Friday): "Spain remains one of our most strategic markets, and this renewal is key to ensuring the delivery of high-quality broadcasts and premium editorial content, further enhancing the fan experience.

"This long-term agreement highlights the strength of our collaboration and ensures that Spanish fans will continue to enjoy world-class coverage as the EuroLeague embarks on an exciting new chapter of competition and growth."

His Movistar Plus counterpart Daniel Domènjo added: "This is a new step in Movistar Plus's strategy to strengthen our commitment to top-level sports and to continue shaping, in this new phase, an unmatched content offering featuring the best of the main competitions. The EuroLeague is the highest expression of basketball, and we will strive to meet the highest standards in every game."

ADVANCED TELEVISION

Spain: Movistar Plus+, EuroLeague extend broadcast deal

July 11, 2025



Euroleague Basketball has announced the renewal of its longstanding partnership with Movistar Plus+, securing the exclusive broadcast rights of the EuroLeague and non-exclusive rights of the BKT EuroCup in Spain through the 2030-31 season.

This five-season extension, secured by Euroleague Basketball's strategic partner IMG, signed a full year ahead of the current agreement's expiration, ensures that Spanish basketball fans will continue enjoying world-class coverage of the two premier club basketball competitions for years to come.

"We are delighted to renew our partnership with Movistar Plus+, a platform widely known for their premium quality and excellence, which makes it the perfect home for the EuroLeague and the EuroCup", said Paulius Motiejunas, Euroleague Basketball CEO. "Spain remains one of our most strategic markets, and this renewal is key to ensuring the delivery of high-quality broadcasts and premium editorial content, further enhancing the fan experience. This long-term agreement highlights the strength of our collaboration and ensures that Spanish fans will continue to enjoy world-class coverage as the EuroLeague embarks on an exciting new chapter of competition and growth."

As part of the agreement, Movistar Plus+, owned by Spanish telecommunications leader Telefónica, will broadcast every EuroLeague fixture featuring Spanish teams, as well as a curated selection of the top games from across the league. Starting September 30th, the top two games of each round will be available to all Movistar Plus+ customers. For fans seeking the complete EuroLeague experience, up to five games per round—including every game involving Spanish clubs, will be available through Movistar's enhanced sports package across multiple channels.

"This is a new step in Movistar Plus+'s strategy to strengthen our commitment to top-level sports and to continue shaping, in this new phase, an unmatched content offering featuring the best of the main competitions. The EuroLeague is the highest expression of basketball, and we will strive to meet the highest standards in every game." added Daniel Domenjo, Movistar Plus+ CEO

Movistar Plus+ will also continue to give significant prominence to non-live EuroLeague content, offering fans an immersive experience beyond the games. This includes exclusive interviews, in-depth pre- and post-game shows for selected matchups, and the fan-favourite programme Eurofighters.



Movistar Plus+ extends EuroLeague agreement

By [DecodeTV Staff](#) July 11, 2025

Telefónica-owned pay TV platform Movistar Plus+ has extended its agreement with EuroLeague basketball for five exclusive additional seasons, ending in the spring of 2031.

The agreement comes on the eve of a season that will feature innovations such as the expansion of the number of participating teams to 20, the arrival of the fourth Spanish participant (Valencia Basket), and further internationalisation with the addition of Dubai Basketball Club.

The new agreement will also include the BKT EuroCup, bringing, says Movistar Plus+, coverage of all the major events and clashes between the continent's top teams to its subscribers. This season, Baxi Manresa will represent Spain in the competition.

Movistar Plus+ will broadcast all EuroLeague matches featuring Spanish teams, as well as a selection of the best matches from across the competition. The two most notable matches of each matchday will be available to all platform customers through the new Movistar Plus subscription. Fans looking for the full EuroLeague experience can watch the remaining matches through the M+ Sports channels.

The operator will also air interviews, pre- and post-match shows for select games, and its Eurofighters show.

Daniel Domenjo, CEO of Movistar Plus+, said: "This is a new step in Movistar Plus+'s strategy to reinforce our commitment to the best sport and continue to shape, in this new phase, an unparalleled content offering, featuring the best of the major competitions. The EuroLeague is the ultimate expression of basketball, and we will strive to meet the demands of every game."

Paulius Motiejunas, CEO of EuroLeague, said: "We are delighted to renew our partnership with Movistar Plus+, a platform widely known for its quality and excellence, making it the perfect home for the EuroLeague and the EuroCup. Spain remains one of our most strategic markets, and this renewal is key to ensuring high-quality broadcasting and premium editorial content, further enhancing the fan experience. This long-term agreement underscores the strength of our partnership and ensures that Spanish fans will continue to enjoy top-level coverage as the EuroLeague embarks on a new and exciting stage of competition and growth."

La Euroliga seguirá en Movistar+, a la espera de dónde ver la ACB

NATXO GATÓN 11 JULIO, 2025

Movistar+ renueva hasta 2031 los derechos para emitir Euroliga

La Euroliga ha renovado hasta 2031 su contrato con Movistar+. Así, el principal operador televisivo español seguirá emitiendo la competición europea que juega Baskonia.

Un operador que, en la pasada temporada, priorizó a Barcelona y Madrid en su paquete básico. De hecho, la pasada temporada los aficionados baskonistas tuvieron que pagar 200€ más que Madrid y Barcelona por ver a su equipo. Y es que, al contrario de lo que ocurría con DAZN, Euroliga solo emitía en su paquete básico dos partidos por semana. La próxima temporada Valencia Basket se unirá al trío de equipos ACB en la máxima competición europea.

El anuncio de esta ampliación de contrato llega cuando aún hay dudas sobre qué ocurrirá con la Liga ACB. Aún no hay ningún contrato firmado entre la Liga y ningún operador televisivo. Algunos clubes apuestan por volver a la TV en abierto. También está por ver si DAZN quiere recuperar derechos de baloncesto. En sus inicios emitió la Euroleague, pero hace ya dos temporadas que volvieron a Movistar+.



La Euroliga seguirá siendo cosa de Movistar Plus en España

 Juan Antonio Rodríguez Ordóñez • Euroliga • julio 11, 2025



La Euroliga seguirá de la mano de Movistar Plus en España hasta el año 2031 después del nuevo acuerdo que se ha anunciado que les da a la plataforma los derechos exclusivos de la competición en nuestro país.

Esta nueva Euroliga con 20 equipos y muchos más partidos se verá en España a través de Movistar Plus hasta el año 2031 ampliando el contrato existente entre la plataforma y Euroleague Basketball. También podrán dar partidos de Eurocup pero en este caso sin la exclusividad que si que tiene en la Euroliga.

Es una apuesta para los próximos cinco años y donde esta próxima temporada España contará con cuatro representantes, con Real Madrid, Barça, Baskonia y el recién llegado Valencia Basket que podrá disfrutar de la máxima competición en su flamante Roig Arena.

El CEO de la Euroliga, Paulius Motiejunas se mostró encantado de la renovación y añadió que «España es uno de nuestros mercados estratégicos y esta renovación es clave para asegurar un servicio audiovisual de alta calidad así como un contenido editorial de primer orden».

'La caza. Irati' lanza su tráiler y anuncia su fecha de estreno en Movistar Plus+



VUELVE CON OTRO CASO

'La caza. Irati' lanza su tráiler y anuncia su fecha de estreno en Movistar Plus+

La cuarta temporada de las investigaciones de la agente Sara Campos llegará el 4 de septiembre.

1.263



Movistar Plus+ | Publicado: Lunes 14 Julio 2025 17:26 (hace 12 horas)

Serie relacionada

La caza
2019 - Act
España · 3 temporadas · 24 capítulos
Thriller Drama

8,1

Popularidad:
#94 de 3.624

52 58

Movistar Plus+ ha anunciado la fecha oficial para la llegada de la cuarta temporada de 'La caza'. En este caso llevará el título de 'La caza. Irati' e irá directamente a la plataforma de pago de Movistar el día 4 de septiembre. Por lo tanto, la serie se aleja de RTVE después de la emisión de sus tres primeras temporadas.

En este nuevo caso repite como protagonista Sara Campos, interpretada como siempre por Megan Montaner. En esta ocasión, un cadáver de una mujer colgado en un árbol de un bosque perteneciente a una pequeña aldea cercana al valle del río Irati llevará a la UCO a Navarra.

Para investigar el caso irá el teniente Ernesto Selva (Félix Gómez), quien estará bajo las órdenes de Gloria Mencía, personaje que se incorpora a la serie y que estará interpretado por Silvia Alonso ('Ladrones: la tiara de Santa Águeda'). Roger Casamajor, Ángela Cremonte, Eloy Azorín, Marian Hernández, Carla Campra, Miguel Garcés, Claudia Salanueva, Pablo Louazel, Daniel Lorenzo, Unai Mayo y María Romanillos completan el reparto.

Sin embargo, no solo ese asesinato ocurrirá en los bosques de esa pequeña aldea, ya que una serie de muertes van a poner en vilo a toda la sección de investigadores, ya que quizás un asesino en serie se resguarda en la infinidad del bosque más grande de España. Todo esto ayudará a avivar la llama de un asesino al que llaman "La Criatura" y del que la gente del pueblo dice que no es humano.



VÍDEO © Tráilers y avances

PUBLICIDAD

Movistar Plus+ lanza tráiler y fecha de la temporada 4 de 'La Caza', la serie de Megan Montaner que llega desde RTVE

- La plataforma de Telefónica presenta el avance oficial de 'La Caza. Irati', como se llama la cuarta temporada de esta serie thriller que emitió sus tres primeras entregas en La 1 de RTVE y que llega ahora en exclusiva a Movistar Plus+

Redacción verTele

14 de julio de 2025 19:50 h

La Caza, la serie de suspense que emitió RTVE entre 2019 y 2023 protagonizada por Megan Montaner, regresa con energías renovadas. Movistar Plus+ ha lanzado este lunes el tráiler de su cuarta temporada, que se emitirá en exclusiva en su servicio de *streaming* con fecha de estreno confirmada: el próximo 4 de septiembre.

Esta nueva entrega, titulada ahora **La Caza. Irati**, marcará un nuevo capítulo para la serie tras la salida del actor **Alain Hernández** al final de la tercera entrega. Y no sólo por su trama, sino porque supone su **cambio de ventana**: del abierto de **La 1 de RTVE** donde se ha ofrecido hasta ahora, al pago de **Movistar Plus+** donde seguirá con estos nuevos capítulos tras la **sorprendente adquisición** por parte de la plataforma de Telefónica anunciada hace unos meses.

Estos ocho nuevos episodios, firmados por **Agustín Martínez, Luis Moya e Isa Sánchez**, y bajo la batuta de **Rafa Montesinos** (*El Inmortal*) y **Javier Pulido** (*La Promesa*), recuperan a su imprevista pareja protagonista, la formada por Sara Campos (**Megan Montaner**) y Ernesto Selva (**Félix Gómez**) como miembros, o ex miembros, de la Guardia Civil. Esta vez, la actriz **Silvia Alonso** completará el triángulo de investigadores de un nuevo asesinato.

A esos tres nombres hay que sumar los de **Roger Casamajor, Ángela Cremonte, Eloy Azorín, Marian Hernández, Carla Campra, Miguel Garcés, Claudia Salanueva, Pablo Louazel, Daniel Lorenzo, Unai Mayo y María Romanillos**, entre otros, que completan el resto del elenco.



Imagen promocional de 'La Caza. Irati' Movistar Plus+

Así es la cuarta temporada de 'La Caza'

La cuarta entrega transcurre en la selva de Irati (Navarra). Más de 20.000 hectáreas de bosque que convierten a nuestra selva en uno de los parajes naturales más grandes de Europa. Un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada.

En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo. Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su ex pareja), completó su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil.

La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas. Un asesino que no saben si es humano y al que algunos llaman 'La Criatura'.



Imagen promocional de la serie 'La Caza. Irati' Movistar Plus+

Mientras llega el estreno, Movistar Plus+ tiene disponibles las tres temporadas anteriores (*La Caza: Monteperdido*, *La Caza: Tramuntana* y *La Caza: Guadiana*) para todas aquellas personas que no las hayan visto y se quieran poner al día antes de que se emita esta cuarta.

LOS DETALLES

'La caza', la serie que se desinfló en TVE, pero lo petó en Netflix, lanza su temporada 4

Megan Montaner y Félix Gómez regresan en 'La caza. Irati' con una nueva investigación criminal a la que se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín



Cartel de 'La caza 4'. (Movistar Plus+)

Por **Berto Molina** 14/07/2025 - 18:45

La caza. Monteperdido, fue la primera temporada de la serie que lanzó Televisión Española en marzo de 2019. Ideada como una sola temporada, dio la sorpresa y triunfó en La 1 con una audiencia media de un 14,0% de share y 2.159.000 espectadores de media.

Estos datos le sirvieron a la corporación pública para dar luz verde a una segunda temporada (*La caza. Tramuntana*) y más adelante una tercera (*La caza. Guadiana*), pero la audiencia fue bajando y marcaron un 6,8% de share y un 7,6% respectivamente.

Sin embargo, con su salto a Netflix, la ficción tuvo una segunda vida más que brillante, colándose entre el contenido más visto en España de la plataforma.

Y de nuevo, los buenos resultados hicieron que el proyecto de DLO Producciones se renovara para una cuarta temporada, pero ya sin el apoyo de RTVE ni la redifusión en Netflix, ya que Movistar Plus+ se hizo con los derechos de todas las temporadas e inició el proceso para su continuación.



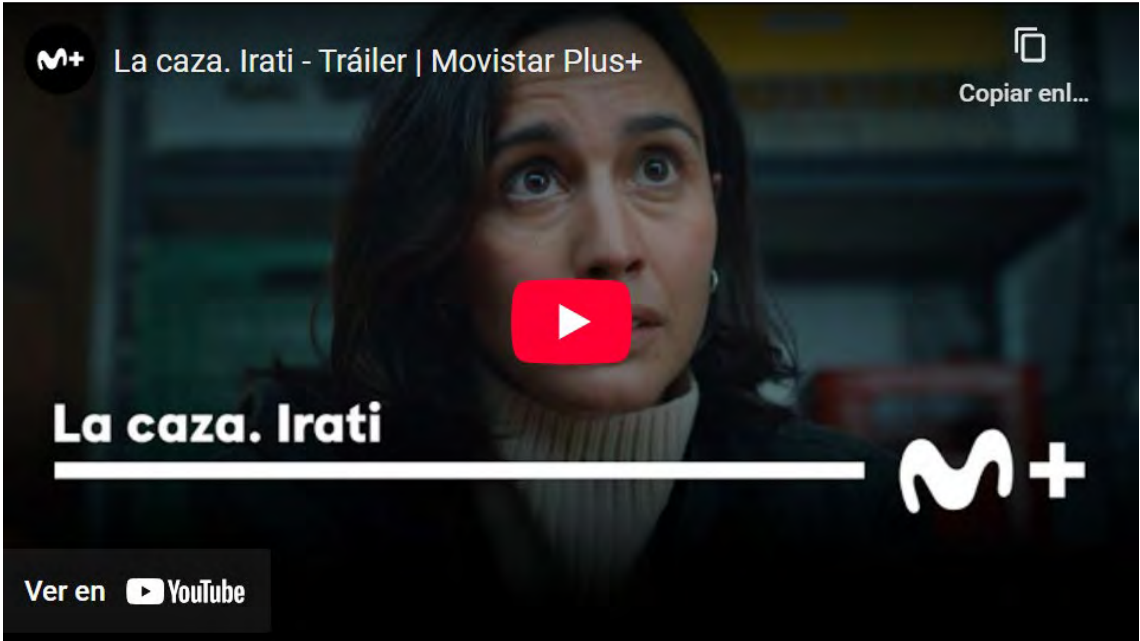
De esta forma, Megan Montaner y Félix Gómez regresan al proyecto, ahora con *La caza. Irati* y con una nueva investigación criminal a la que se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín. Y la fecha elegida para su lanzamiento al completo ha sido el jueves 4 de septiembre.

La caza está creada y escrita por Agustín Martínez a partir de una novela suya, *Monteperdido. La caza. Irati*, que tiene un total de ocho episodios de 50 minutos de duración, también está escrita por Luis Moya e Isa Sánchez. Las tres temporadas que hay hasta la fecha también se pueden únicamente en Movistar.

Así es la temporada 4

La cuarta temporada de *La caza* transcurre en la selva de Irati (Navarra). Más de 20.000 hectáreas de bosque que convierten a nuestra selva en uno de los parajes naturales más grandes de Europa. Un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada.

En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo. Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su expareja), completó su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil.



La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas.

EL INDEPENDIENTE

TELEVISIÓN

Movistar Plus+ pone fecha de estreno a la cuarta temporada de este 'thriller' policiaco español

Tras la emisión de sus tres primeras temporadas en TVE, la plataforma de pago estrenará los ocho nuevos episodios de esta serie protagonizada por Megan Montaner



Megan Montaner es la protagonista de 'La caza', cuya cuarta temporada estrena Movistar Plus+ el próximo 4 de septiembre | DLO Produccione

Óscar Rus @OscarRusVicente 14 / 07 / 25 - 17: 46

Los caminos de la ficción televisiva son inescrutables. El *thriller* policiaco **La caza**, cuyas tres primeras temporadas produjo y emitió TVE entre 2019 y 2023, tiene un nuevo hogar. **Movistar Plus+ estrenará el 4 de septiembre la cuarta temporada de la serie** protagonizada por Megan Montaner y Félix Gómez tras –he aquí el destripe máximo– la baja de Alain Hernández (*Sueños de libertad*) al final de la tercera, emitida en primavera de 2023.

Tras Monteperdido, Tramuntana y Guadiana, los guionistas de **La caza** –entre ellos, **Agustín Martínez**, parte de Carmen Mola y autor de la novela en que está basada la serie de televisión– trasladan la acción a la selva de Irati (Navarra). Estos nuevos 8 episodios, firmados por **Luis Moya** e **Isa Sánchez**, recuperan a su imprevista pareja protagonista, la formada por Sara Campos (Megan Montaner) y

Ernesto Selva (Félix Gómez) como miembros, o ex miembros, de la Guardia Civil. Esta vez, la actriz Silvia Alonso (*Fuerza de paz*) completará el triángulo de investigadores de un nuevo asesinato.

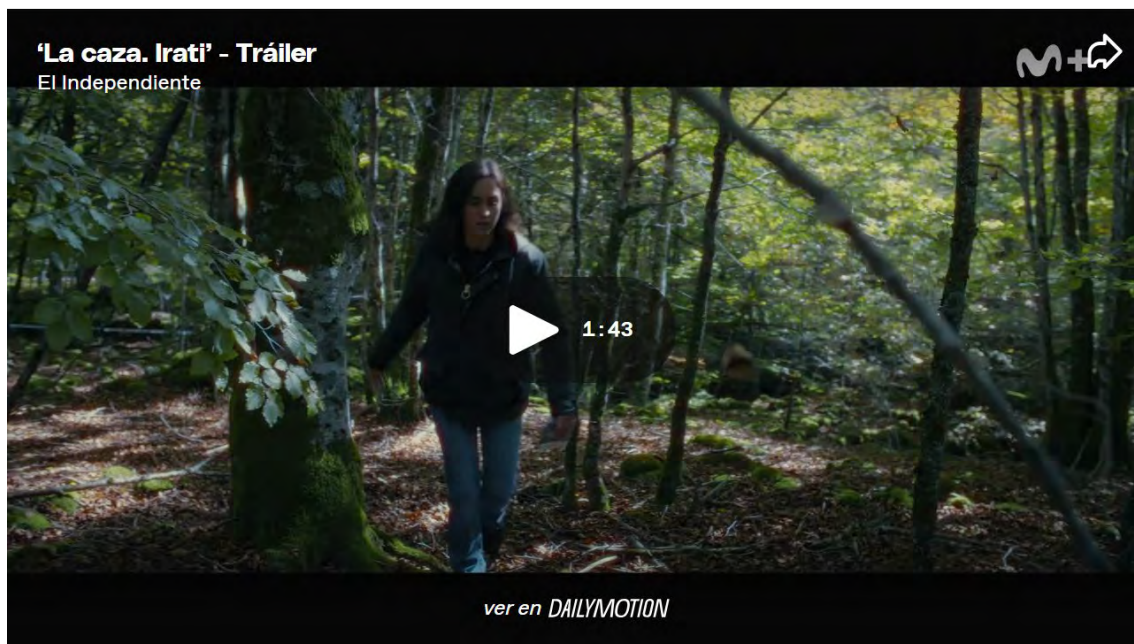
Como en anteriores ocasiones, elenco de millones con veteranos como Roger Casamajor (*La Mesías*), Ángela Cremonte (*Mentiras*), Eloy Azorín (*Todo sobre mi madre*) y Marian Hernández (*Amar es para siempre*), y juventudes como María Romanillos, Pablo Louazel, Daniel de Lorenzo, Claudia Salanueva y Unai Mayo.

'La caza', cantera de jóvenes intérpretes

La primera temporada, todo un éxito de audiencias en TVE allá por primavera de 2019, contó con Ester Expósito (*Élite*), Carla Díaz (*Madres*) y David Solans (*Merlí*). La segunda, de menor repercusión, tuvo entre sus filas a Zoe Stein, protagonista de la última película de Carlos Vermut, *Mantícora*. No es *La caza* un policiaco español al uso, pues siempre hay elementos que escapan más o menos de la lógica. En este sentido juega un papel fundamental el personaje que interpreta Beatriz Carbajal (*Los misterios de Laura*, *Compañeros*, *Aquí no hay quien viva*).

Dónde ver las tres primeras temporadas de 'La caza'

La diferencia sustancial de esta **cuarta temporada de *La caza* en Movistar Plus+** con respecto a las tres anteriores, producidas para su emisión semanal por la noche, será la duración de cada episodio, en torno a los 50 minutos. Los primeros 24 episodios están disponibles en RTVE Play (gratuitamente), Netflix y **Movistar Plus+**. Los 8 nuevos episodios de *La caza* se estrenarán de golpe el **jueves 4 de septiembre**.



Tráiler y sinopsis de 'La caza. Irati' en Movistar Plus+

Más de 20.000 hectáreas de bosque que convierten la selva de Irati (Navarra) en uno de los parajes naturales más grandes de Europa. Un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva (Félix Gómez) trabajará a las órdenes de Gloria Mencía (Silvia Alonso), una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo.

Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su ex pareja), completó su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil. La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas

La caza. Irati: un nuevo caso y nuevas caras

Por Redacción 14 JULIO 2025



Megan Montaner y Félix Gómez regresan en 'La caza. Irati' con una nueva investigación criminal a la que se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín.

Ya se pueden disfrutar en Movistar Plus+ de las tres primeras temporadas: 'La caza. Monteperdido', 'La caza. Tramontana' y 'La caza. Guadiana'

Sinopsis

La cuarta temporada de 'La caza' transcurre en la selva de Irati (Navarra). Más de 20.000 hectáreas de bosque que convierten a nuestra selva en uno de los parajes naturales más grandes de Europa. Un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo. Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su ex pareja), recibió su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil. La ayuda de Sara será clave, pues

los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas.



Las claves

‘La caza. Irati’, un thriller psicológico que combina misterio, drama y suspenso, se estrena en exclusiva en Movistar Plus+, donde ya se puede disfrutar del resto de la saga al completo: ‘La caza. Monteperdido’, ‘La caza. Tramontana’ y ‘La caza. Guadiana’.

Cada temporada está centrada en un caso diferente, pero comparte personajes principales: no es imprescindible ver todas las temporadas para disfrutar la nueva entrega. ‘La caza’ está creada y escrita por Agustín Martínez a partir de una novela suya, ‘Monteperdido’. ‘La caza. Irati’ también está escrita por Luis Moya e Isa Sánchez.

Megan Montaner y Félix Gómez están acompañados en ‘La caza. Irati’ por Silvia Alonso, Roger Casamajor, Ángela Cremonte, Eloy Azorín, Marian Hernández, Carla Campra, Miguel Garcés, Claudia Salanueva, Pablo Louazel, Daniel Lorenzo, Unai Mayo y María Romanillos, entre otros.

Como en las entregas anteriores, las localizaciones y el entorno natural es fundamental para el desarrollo de la historia, en este caso la selva de Irati, en Navarra.



Ficha técnica

Producción ejecutiva: José Manuel Lorenzo (DLO Producciones), Reyes Baltanás (DLO Producciones), Agustín Martínez (DLO Producciones), Nacho Bolonio (DLO Producciones), Ana Díez (Movistar Plus+)

Directores: Rafa Montesinos, Javier Pulido

Guión: Agustín Martínez, Luis Moya, Isa Sánchez

Fotografía: Alfonso Segura

Arte: Gloria Vázquez

Dirección de producción: Chema Díaz-Plaza, Miriam Paricio

Coordinación de dirección: Iria Valcarce

Vestuario: Anna Pons

Maquillaje y peluquería: Yuri Morcillo

Jefe de sonido: Rodrigo Madrigal

Música original: Juanjo Javierre

Montaje: David Tomás, Alfonso Regueiro, Mario Sierra

Coordinadora de postproducción: Adriana Velasco

Jefe de localizaciones: Rubén Gundín

Episodios: 8

Duración: 50 minutos

Moobys.es

Cine & Series +

Actualidad +

Ocio +

AQUÍtv

'La caza. Irati': un nuevo caso y nuevas caras, el 4 de septiembre en exclusiva en Movistar Plus+



- Megan Montaner y Félix Gómez regresan en 'La caza. Irati' con una nueva investigación criminal a la que se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín
- Movistar Plus+ estrena el jueves 4 de septiembre al completo y en exclusiva la serie creada por Agustín Martínez y producida por DLO Producciones
- Ya se pueden disfrutar en Movistar Plus+ de las tres primeras temporadas: 'La caza. Monteperdido', 'La caza. Tramuntana' y 'La caza. Guadiana'

La cuarta temporada de 'La caza' transcurre en la selva de Irati (Navarra). Más de 20.000 hectáreas de bosque que convierten a nuestra selva en uno de los parajes naturales más grandes de Europa. Un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo. Pero Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su ex pareja), completó su formación académica y

ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil. La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas.

Las claves

- 'La caza. Irati', un thriller psicológico que combina misterio, drama y suspense, se estrena en exclusiva en Movistar Plus+, donde ya se puede disfrutar del resto de la saga al completo: 'La caza. Monteperdido', 'La caza. Tramuntana' y 'La caza. Guadiana'.
- Cada temporada está centrada en un caso diferente, pero comparten personajes principales: no es imprescindible ver todas las temporadas para disfrutar la nueva entrega.
- 'La caza' está creada y escrita por Agustín Martínez a partir de una novela suya, 'Monteperdido'. 'La caza. Irati' también está escrita por Luis Moya e Isa Sánchez.
- Megan Montaner y Félix Gómez están acompañados en 'La caza. Irati' por Silvia Alonso, Roger Casamajor, Ángela Cremonte, Eloy Azorín, Marian Hernández, Carla Campra, Miguel Garcés, Claudia Salanueva, Pablo Louazel, Daniel Lorenzo, Unai Mayo y María Romanillos, entre otros.
- Como en las entregas anteriores, las localizaciones y el entorno natural es fundamental para el desarrollo de la historia, en este caso la selva de Irati, en Navarra.

LOS LUNES SERIÉFILOS

NOTICIAS SERIES

'La caza. Irati': Megan Montaner y Félix Gómez vuelven con un impactante thriller en la selva más misteriosa de Europa

Mario Cerdeño Salinero 14 julio, 2025



Un nuevo asesino en serie, leyendas ancestrales y una investigación al límite marcan el esperado regreso de la saga en Movistar Plus+

Megan Montaner y Félix Gómez regresan con más fuerza que nunca en 'La caza. Irati', la esperada cuarta entrega del exitoso thriller criminal de Movistar Plus+. La serie, creada por Agustín Martínez y producida por DLO Producciones, se estrena el jueves 4 de septiembre al completo y en exclusiva en la plataforma. Y si aún no has vivido la intensidad de la saga, ya puedes disfrutar de las tres primeras temporadas: La caza. Monteperdido, Tramuntana y Guadiana.

El proyecto está dirigido por Rafa Montesinos ('El Inmortal', 'Rapa') y Javier Pulido ('La Caza'), y escrito por un sólido equipo creativo formado por Martínez, Luis Moya e Isa Sánchez.

En el tráiler aparece una mujer aparece colgada boca abajo de un árbol en un paraje remoto. Mientras los lugareños hablan de "la Criatura", una figura mitológica que habita el bosque, nuevos asesinatos sacuden a una comunidad marcada por el aislamiento.



Descubre su tráiler oficial de 'La Caza: Irati'

El reparto, liderado por Megan Montaner, Félix Gómez, Silvia Alonso y Roger Casamajor, promete actuaciones cargadas de matices, tensión y humanidad en 'La Caza. Irati'.

Sara Campos, evolución total

"Ahora Sara actúa desde la mente, no desde el arma", adelanta el productor José Manuel Lorenzo.

Convertida en psicóloga de la UCO, Sara acompaña a las víctimas y ayuda en las investigaciones desde un enfoque más introspectivo. Su evolución es clave en una temporada que profundiza en los efectos del trauma y la culpa en 'La Caza. Irati'.

Sinopsis – ¿De qué trata 'La Caza: Irati'?

La cuarta temporada de La caza nos adentra en la enigmática selva de Irati, en Navarra, un inmenso paraje natural que se extiende por más de 20.000 hectáreas y que oculta secretos entre sus sombras. La tranquilidad de una remota aldea se rompe cuando aparece el cuerpo sin vida de una mujer, víctima de un asesinato que nadie logra explicar. La UCO se desplaza hasta la zona para investigar el crimen.

El teniente Ernesto Selva, desmotivado y al borde de abandonar la Guardia Civil, se encuentra esta vez bajo el mando de Gloria Mencía, una inspectora joven y decidida que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. Lo que Ernesto no esperaba era reencontrarse con Sara Campos. Tras la pérdida de Víctor, su expareja, Sara ha rehecho su vida profesional como psicóloga especializada en perfiles criminales dentro de la Guardia Civil. Su presencia marcará un punto de inflexión.

Mientras los crímenes y desapariciones se multiplican en el corazón del bosque, las leyendas antiguas cobran vida y los investigadores comienzan a sospechar que se enfrentan a un nuevo asesino en serie. Uno que conoce cada rincón de la selva y que se oculta tras el velo de un entorno tan bello como inquietante.

La serie más ambiciosa de la franquicia

Con un presupuesto ampliado, una narrativa más abierta y escenarios naturales nunca vistos en televisión, "Irati" es la producción más grande de DLO Producciones hasta la fecha. Todo se ha rodado en Navarra: desde la Irati hasta la Sierra de Urbasa y la ciudad de Pamplona. Una apuesta por lo local que refuerza el carácter único de la historia.



'La Caza' sigue creciendo... y tú puedes ponerte al día

Mientras llega el esperado estreno a finales de 2025, Movistar Plus+ empieza emitir las tres temporadas anteriores desde el 1 de julio:

- *La Caza: Monteperdido*
- *La Caza: Tramuntana*
- *La Caza: Guadiana*

Una excelente oportunidad para sumergirse en el universo creado por Martínez, Moya y Sáez Carral, y comprender el viaje emocional de Sara desde sus inicios hasta su renacer en Irati.

SERIES

“La caza. Irati”: un nuevo caso y nuevas caras, en septiembre en exclusiva en Movistar Plus+

14 de julio de 2025



La nueva entrega de "La caza" se estrena en exclusiva en Movistar Plus+

Megan Montaner y Félix Gómez regresan en “La caza. Irati” con una nueva investigación criminal a la que se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín. Movistar Plus+ estrena el jueves 4 de septiembre al completo y en exclusiva la serie creada por Agustín Martínez y producida por DLO Producciones. Ya se pueden disfrutar en Movistar Plus+ de las tres primeras temporadas: “La caza. Monteperdido”, “La caza. Tramuntana” y “La caza. Guadiana”.

Sinopsis

La cuarta temporada de ‘La caza’ transcurre en la selva de Irati (Navarra). Más de 20.000 hectáreas de bosque que convierten a nuestra selva en uno de los parajes naturales más grandes de Europa. Un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando los habitantes de una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. En esta ocasión, el teniente Ernesto Selva trabajará a las órdenes de Gloria Mencía, una joven inspectora que ha sabido ganarse la confianza del coronel Figueroa. El teniente ha perdido la ilusión por su trabajo y piensa en dejar el Cuerpo. Pero

Ernesto no cuenta con la incorporación de Sara Campos que, después de perder a Víctor (su ex pareja), completó su formación académica y ahora trabaja como psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo de la Guardia Civil. La ayuda de Sara será clave, pues los misteriosos asesinatos y las desapariciones se siguen sucediendo en Irati y, por primera vez, nuestros investigadores barajan la idea de un nuevo asesino en serie que se esconde en lo más profundo de un bosque inmenso rodeado de historias y viejas leyendas.

Las claves

- La caza. Irati, un thriller psicológico que combina misterio, drama y suspense, se estrena en exclusiva en Movistar Plus+, donde ya se puede disfrutar del resto de la saga al completo: La caza. Monteperdido, La caza. Tramuntana y La caza. Guadiana.
- Cada temporada está centrada en un caso diferente, pero comparten personajes principales: no es imprescindible ver todas las temporadas para disfrutar la nueva entrega.
- La caza está creada y escrita por Agustín Martínez a partir de una novela suya, Monteperdido. La caza. Irati también está escrita por Luis Moya e Isa Sánchez.
- Megan Montaner y Félix Gómez están acompañados en La caza. Irati por Silvia Alonso, Roger Casamajor, Ángela Cremonte, Eloy Azorín, Marian Hernández, Carla Campra, Miguel Garcés, Claudia Salanueva, Pablo Louazel, Daniel Lorenzo, Unai Mayo y María Romanillos, entre otros.
- Como en las entregas anteriores, las localizaciones y el entorno natural es fundamental para el desarrollo de la historia, en este caso la selva de Irati, en Navarra.

M+ EL REGRESO DE LA SAGA

Cuándo se estrena “La caza. Irati” con Megan Montaner, dónde ver la serie y cuántos capítulos tiene

Megan Montaner y Félix Gómez regresan en “La caza. Irati” con una nueva investigación criminal a la que se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín.



Megan Montaner en “La caza. Irati” - Movistar Plus+

Por [Alicia Marín](#) 14/07/2025 17:51

Por fin hay fecha para uno de los regresos más esperados. La saga de “La caza” suma un nuevo capítulo con el estreno de “La caza. Irati”, que llega el jueves 4 de septiembre a Movistar Plus+ con sus ocho episodios disponibles desde el primer día, ideal para hacer un maratón.

La nueva temporada presenta una investigación independiente con nuevos personajes clave, aunque mantiene los vínculos con entregas anteriores.

Después de Monteperdido, Tramuntana y Guadiana, la ficción creada por Agustín Martínez se adentra ahora en uno de los espacios naturales más sobrecogedores de Europa: la selva de Irati, en Navarra. Más de 20.000 hectáreas de bosque cerrarán el cerco a un nuevo asesino, en una historia que une desapariciones, leyendas locales y crímenes por esclarecer.

Un hallazgo que lo cambia todo

La investigación arranca cuando los vecinos de una pequeña aldea navarra descubren el cadáver de una mujer en mitad del bosque. El caso queda en manos de la Guardia Civil, que envía un equipo de la UCO a la zona. Entre ellos se encuentra el teniente Ernesto Selva (Félix Gómez), que, desgastado por su trabajo, ya ha empezado a pensar en dejar el cuerpo.

La operación está dirigida por la joven inspectora Gloria Mencía (Silvia Alonso), una figura en ascenso que cuenta con la plena confianza del coronel Figueroa.

Sin embargo, la aparición de Sara Campos (Megan Montaner), que ahora trabaja como psicóloga criminal tras completar su formación, obliga a reabrir antiguas dinámicas. Sara, que continúa afectada por la pérdida de Víctor, se convertirá en la clave para avanzar en una investigación que no tarda en revelar que la muerte inicial no será la única.



Megan Montaner y Félix Gómez regresan en La caza. Irati, en exclusiva en Movistar Plus+

Los crímenes y desapariciones se multiplican, y las sospechas de que un asesino en serie pueda estar actuando dentro del bosque cobran fuerza. A medida que los investigadores se adentran en el caso, el entorno natural, lleno de historias antiguas y ecos de otras épocas, se convierte también en parte del misterio.

Nuevas caras, nuevas tensiones

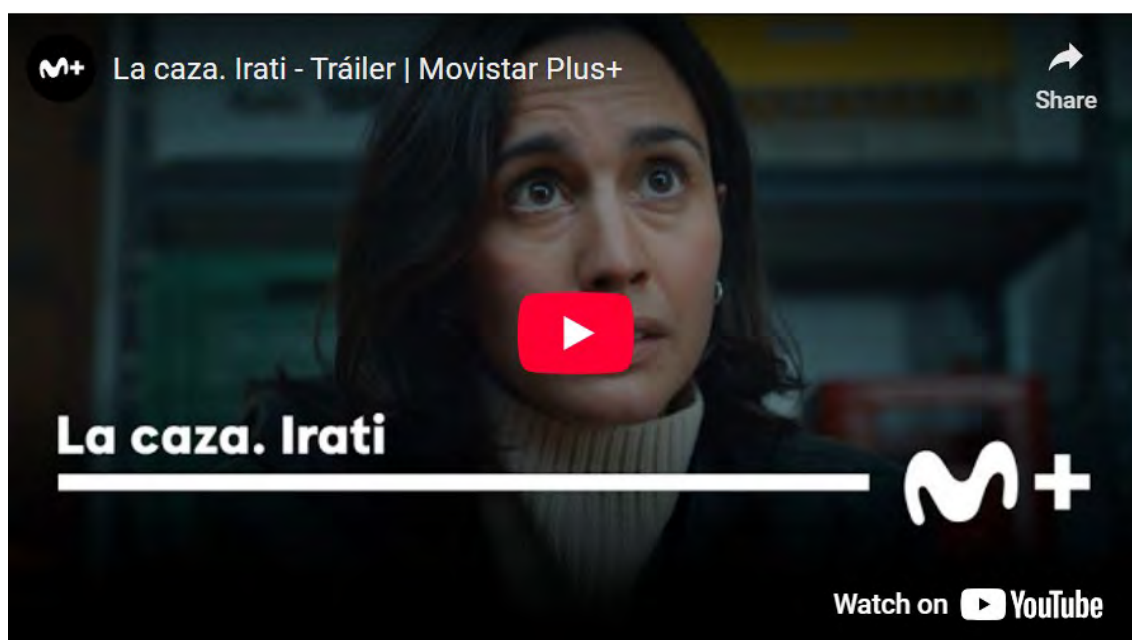
Junto a Montaner, Gómez y Alonso, el reparto de "La caza. Irati" suma a Roger Casamajor, Eloy Azorín, Ángela Cremonte, Marian Hernández, Carla Campra y Miguel Garcés, entre otros. Las incorporaciones se integran en una historia coral, donde cada personaje aporta una pieza al puzle y oculta sus propias sombras.

Aunque cada temporada de "La caza" presenta un caso cerrado, los personajes principales y sus trayectorias personales sirven de nexo entre las entregas. Ver las anteriores no es imprescindible, pero quienes lo hagan encontrarán más matices en las relaciones y conflictos que se arrastran hasta Irati.

El entorno, parte del crimen

La serie mantiene su apuesta por el thriller psicológico con fuerte carga emocional, en el que el paisaje es algo más que decorado.

En esta cuarta entrega, la selva de Irati actúa como un personaje más, con su frondosidad, su aislamiento y sus leyendas como elementos narrativos. Como en las entregas previas, la ambientación es esencial para crear una sensación constante de amenaza y desconcierto.



La caza. Irati - Tráiler | Movistar Plus+

Producción y equipo

Con guion de Agustín Martínez, Luis Moya e Isa Sánchez, y dirección de Rafa Montesinos y Javier Pulido, la serie vuelve a confiar en DLO Producciones, responsable de las tres entregas anteriores. El equipo técnico repite en su mayor parte, garantizando la continuidad estética y narrativa del universo de “La caza”.

La temporada consta de 8 episodios de 50 minutos, disponibles en su totalidad a partir del 4 de septiembre en exclusiva en Movistar Plus+.

Para quienes quieran ponerse al día, las temporadas anteriores –Monteperdido, Tramuntana y Guadiana– también están disponibles en la plataforma.

Fecha y detalles de la temporada 4 de 'La caza', que se olvida de Netflix y llegará en exclusiva a otra plataforma

Toca investigar en los bosques navarros



Por Marcos Catalán 14/07/2025

La serie policíaca que ha sabido convertir los parajes naturales de España en escenarios llenos de suspense y dramatismo está de vuelta. La caza, una de las ficciones recientes más sólidas de la televisión patria, regresa este año con una nueva temporada bajo el título La caza. Irati, donde un nuevo caso llevará a sus protagonistas al corazón de uno de los bosques más extensos y enigmáticos de Europa.

Protagonizada de nuevo por Megan Montaner y Félix Gómez, la cuarta entrega del thriller creado por Agustín Martínez reunirá otra vez al equipo de la Guardia Civil con un nuevo crimen por resolver.



Les acompañan en esta ocasión Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín, entre otros, en una historia que promete mantener las claves de las entregas anteriores: investigación criminal, drama psicológico, personajes marcados por su pasado y escenarios que son parte esencial del relato, solo que fuera de Netflix.

La nueva casa de la UCO

La caza. Irati se estrenará el jueves 4 de septiembre en exclusiva en Movistar Plus+, lo que no significará su adiós a Netflix donde, no obstante, seguiremos teniendo disponibles las 3 anteriores temporadas, a saber: Monteperdido, Tramuntana y Guadiana. Estas, además, han sido asimismo incorporadas a la librería de Movistar Plus+.

De qué irá 'La caza. Irati'

La acción se traslada ahora a la selva de Irati, en Navarra, una extensión de más de 20.000 hectáreas de bosque que sirve de telón de fondo a la nueva investigación de la UCO.

Tras el hallazgo del cadáver de una mujer en una pequeña aldea, el teniente Ernesto Selva (Félix Gómez) se enfrenta a una nueva misión que se narrará a lo largo de 8 episodios de 50 minutos de duración cada uno, esta vez bajo el mando de la inspectora Gloria Mencía (Silvia Alonso), en un momento en el que duda de su futuro en el cuerpo.

A la investigación se suma Sara Campos (Megan Montaner), ahora psicóloga en la Sección de Análisis del Comportamiento Delictivo, cuya intervención será crucial cuando comiencen a sucederse asesinatos y desapariciones que apuntan a la existencia de un nuevo asesino en serie oculto entre las leyendas del bosque.

'La caza. Irati' anuncia su fecha de estreno y lanza su tráiler

Por J Vallejo 14 julio, 2025

Una aldea aislada, un bosque que parece no tener fin y una serie de crímenes que desafían toda lógica.



Así arranca 'La caza. Irati', la cuarta entrega de la aclamada saga policial de Movistar Plus+, que regresa el 4 de septiembre con todos sus episodios disponibles desde el primer día.

Megan Montaner y Félix Gómez retoman sus personajes en esta nueva investigación que arrastra al espectador al corazón de la selva de Irati, uno de los escenarios naturales más imponentes de Europa.

La acción se sitúa esta vez en Navarra, en un entorno donde la leyenda y el misterio se entrelazan con la crudeza de los hechos.



Cuando aparece el cadáver de una mujer en las inmediaciones de una aldea perdida, la Unidad Central Operativa de la Guardia Civil se desplaza hasta la zona.

Pero este caso no es uno más: el teniente Selva, cada vez más desgastado por su labor, se encuentra bajo el mando de la joven inspectora Gloria Mencía, que irrumpe en la saga con una personalidad firme y metódica. Sin embargo, será el regreso de Sara Campos lo que lo cambiará todo.

Tras la trágica pérdida de Víctor, Sara ha reconducido su vida profesional y ahora trabaja como psicóloga criminalista.

Su presencia en Irati será decisiva para enfrentar una amenaza más compleja que nunca: un posible asesino en serie que se esconde en lo más profundo del bosque, donde las desapariciones se suceden sin patrón aparente y las leyendas locales alimentan la tensión.

A diferencia de entregas anteriores, 'La caza. Irati' se adentra aún más en la psicología del crimen. El equipo de guion, encabezado por Agustín Martínez junto a Luis Moya e Isa Sánchez, apuesta por un enfoque más introspectivo, donde el entorno no solo actúa como escenario, sino como parte activa del relato.

La selva de Irati, con sus más de 20.000 hectáreas de vegetación frondosa y caminos traicioneros, se convierte en un personaje más de la serie, capaz de acoger, ocultar y amenazar.



La Caza. Irati – Silvia Alonso

El reparto se refuerza con nuevas incorporaciones que aportan matices y dinamismo al desarrollo del caso. Silvia Alonso, Roger Casamajor, Eloy Azorín, Ángela Cremonte y Carla Campra, entre otros, se suman al núcleo habitual liderado por Montaner y Gómez.

La dirección corre a cargo de Rafa Montesinos y Javier Pulido, mientras que la fotografía de Alfonso Segura explota al máximo la riqueza visual del paraje navarro, trasladando al espectador una sensación constante de amenaza y fascinación.

Cada temporada de 'La caza' ha sabido reinventarse sin perder la esencia que la convirtió en uno de los thrillers más sólidos de la ficción televisiva española. Desde 'La caza.

Monteperdido' hasta 'La caza. Guadiana', el formato ha demostrado su capacidad para combinar tensión narrativa con análisis social, apostando en esta ocasión por un componente emocional más marcado, en especial a través del arco de Sara.

Con ocho episodios de 50 minutos, 'La caza. Irati' promete mantener al público en vilo desde el primer minuto hasta su desenlace.

Y para quienes aún no se han adentrado en este universo, Movistar Plus+ ofrece la posibilidad de ver las tres entregas anteriores completas en la plataforma. El crimen vuelve a acechar y el bosque guarda sus secretos. Solo hay que atreverse a entrar.

‘La Caza. Irati’ ya tiene fecha de estreno

ESTRENO – Tras *Monteperdido*, *Tramuntana* y *Guadiana*, la cuarta temporada de *La caza*, que transcurre en la selva navarra de Irati, llegará a Movistar Plus+ el próximo 4 de septiembre. En los nuevos episodios, un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando en una pequeña aldea descubren el cadáver de una mujer asesinada. A Megan Montaner y Félix Gómez se unen Silvia Alonso, Roger Casamajor y Eloy Azorín. – *NTM*





‘La Caza. Irati’ ya tiene fecha de estreno

ESTRENO – Tras *Monteperdido*, *Tramuntana* y *Guadiana*, la cuarta temporada de *La caza*, que transcurre en la selva navarra de Irati, llegará a Movistar Plus+ el próximo 4 de septiembre. Un equipo de la UCO se traslada hasta allí cuando descubren el cadáver de una mujer. – *NTM*

SECCIÓN OFICIAL: ENTREVISTA

41

OLIVER LAXE

SIRĀT

SERGI LÓPEZ

«Sirat es una película
verdaderamente yihadista»

POR ALBERTO LECHUGA
RETRATOS: DRANSI



1 Julio, 2025

A estas alturas de la película no hace falta presentar *Sirat*. Trance en el desierto. Tras su proyección en la Sección Oficial de Cannes, la gente salía de la sala como solo se sale de una rave en el fin del mundo; eufórico o destrozado, si acaso ambas cosas a la vez. El resto es historia: Premio del Jurado, una gira de preestrenos con cartel de sold out y un arranque fulgurante en salas de cine, un auténtico fenómeno fan inaudito en el cine español, más para una película tan radical. «¿Queréis venir a mi habitación a quitaros la arena de los pies?». La invitación de Sergi responde a la sesión de fotos que acaban de protagonizar para nosotros en la playa de la Croisette, pero bien podría ser la misma para todos los que se atreven a asomarse a *Sirat*. Unas horas antes de su estreno mundial, nos refugiamos en una habitación del icónico hotel Majestic, frente a la calurosa Costa Azul, para que Oliver Laxe (*O que arde*) y Sergi López (*El laberinto del fauno*) nos cuenten sin filtros, sin prisas y sin zapatos la aventura de una película que ha di-na-mi-ta-do el cine español.

Aviso: entrevista con spoilers, para leer después de haber visto la película.

**¿Por qué una película sobre la muerte?
 ¿Por qué otra vez en el desierto? ¿Cómo
 nace *Sirat*, una obra tan diferente a lo
 que has hecho anteriormente, Oliver?**

Oliver Laxe: Soy un cineasta de imágenes, sobre todo; más que ideas, lo primero que tengo son imágenes. Y ya desde *Todos vosotros sois capitanes* (2010) había una imagen que me perseguía y que tenía ganas de filmar: camiones en el desierto. Tenía un proyecto, además, una suerte de *Los autos locos*. ¿Te acuerdas de los dibujos animados? Tenía una especie de personajes así en plan poetas malditos...

Sergi López: Esto en *Mimosas* ya estaba un poco, ¿no?

O.L.: Bueno, luego rodé *Mimosas*, pero en ese momento era como: qué ganas de filmar vehículos, camiones atravesando el desierto. Fui a un viaje a Mauritania, a la frontera con Senegal, y ahí descubrí el tren que va a Nuadibú, que aparece al final de *Sirat*. Luego también me encontré con una frontera plagada de minas, un *no man's land* entre Mauritania y Marruecos, en la zona con mayor presencia del Frente Polisario, y los elementos se fueron juntando. Sí que tenía la intención de hacer una película sobre la muerte, sentía una necesidad personal. Tampoco es que haya tenido experiencias cercanas a la muerte, que yo sepa, o que yo me acuerde, pero sí

que me parece que es necesario meditarla. Son necesarios esos ritos de paso, esas ceremonias para mirar adentro y contemplar nuestra finitud. Es algo que determina mi psicología, como determina la psicología de todo el mundo: nacer, la violencia de nacer, y el horizonte de morir, la perspectiva de morir. Nos determina todo. Nuestra psicología, nuestra espiritualidad. Me parecía personalmente bueno hacerlo y compartir esa película sobre la muerte. Mientras tanto, después de *Todos vosotros sois capitanes* hice *Mimosas* y parte de ese imaginario encontró cabida allí. Pero por falta de oficio o de medios, esas ideas que tenía tampoco pude transmitirlos o evocarlos. Aunque *Mimosas* es un filme que me gusta mucho, porque tiene unas irregularidades muy vivas. Ahora en *Sirat* he estado mejor acompañado, he tenido más medios y más experiencia, y eso me ha permitido acercarme un poco más a todo aquello.

Esta imagen seminal de los camiones cruzando el desierto ¿tiene su origen en algún sitio? Hablabas de *Los autos locos*, y es inevitable pensar en *Mad Max*. *Furia en la carretera*, que también tenía mucho de aquellos maravillosos *cartoons* de Hanna-Barbera.

O. L.: Conecté muchísimo con *Mad Max*.

Furia en la carretera, aunque se hizo unos años después de que ya estuviera dándole vueltas a aquella imagen. Creo que no es una cuestión de influencias. Hay arquetipos universales que surgen en momentos muy determinados de la historia, y desde luego *Mad Max* nos interpela a todos porque en nosotros hay ya un recuerdo de nuestro fin. Hay ya un aroma a crepúsculo. En el proceso de preproducción de *Sirat*, antes que de *Furia en la carretera* hablábamos de plantear un *Mad Max* 0. Un *Mad Max* preapocalíptico y un poco más bajado a la tierra, que estuviera como más enraizado, y eso me lo dio la cultura rave. También tenía claro que quería que fuera mucho más esotérica, más metafísica que la propia *Mad Max*. Si te fijas, en *Mimosas* también trabajé esta idea de los dos relatos: el de caballería, la aventura épica y física que va ligada a la aventura interior o metafísica.

Me gusta mucho la geometría narrativa de *Mad Max*: primero los personajes corren huyendo en línea recta desde un punto, para luego volver corriendo sobre sus pasos y acabar de nuevo en ese punto de origen, pero ahora transformados por un viaje heroico... más o menos. En *Sirat* se trata de una línea recta, de la perseverancia, in-



1 Julio, 2025



cluso tozudez, de tratar de recorrer un camino para llegar a un determinado destino. Algunos personajes quedan por el camino, y otros al final acaban llegando a un destino, solo que no era el que tenían en mente, y que ni siquiera sabemos si es tal; queda planteado en términos más ambiguos...

O. L.: Sí, pero también es una línea recta que se despliega en varias dimensiones. Desde nuestra mirada moderna, donde entendemos que lo que ocurre es lo que sucede en este plano material, pues sí: la gente muere, deja de vivir, fin de la línea. Pero con otro tipo de mirada, más desde la tradición o desde la espiritualidad, la gente crece, se trasciende. Es el caso de los personajes de la película. De alguna manera, he querido plasmar mi mirada sobre cómo veo la vida. En la vida, hay ciertos momentos —sobre todo cuando haces el trabajo que te agita, que te sacude, que te pregunta quién eres— que te retan a demostrarle a la vida de qué eres capaz, si verdaderamente vas a tomar ese camino recto. O cruzar las minas, como en el caso de *Sirat*. Por mucho que duela. La vida siempre te dice: «Tírate al abismo». Pero no hay red. O aparentemente no la hay. Es así como está hecha la vida.

«El cine es una herramienta de expresión muy esotérica»

OLIVER LAXE

La película comienza explicando el origen de la palabra *sirat*: en la religión musulmana, es el puente que han de atravesar los humanos para llegar a las puertas del paraíso, el camino que han de cruzar todos los hombres el Día de la Resurrección. Un puente que se extiende sobre el infierno y que cruza hasta el paraíso, conectándolos; un puente «más delgado que un cabello y más afilado que una espada». Desde el principio se plantea la semilla de una trascendencia, que se amplifica con todos esos planos abiertos con los personajes bajo la luz mineral del desierto marroquí...

O. L.: Son muy pequeños en el universo, más que nada. Es esa sensación de sentirse pequeños y en un espacio inmenso como el desierto, casi liminal... Precisa-

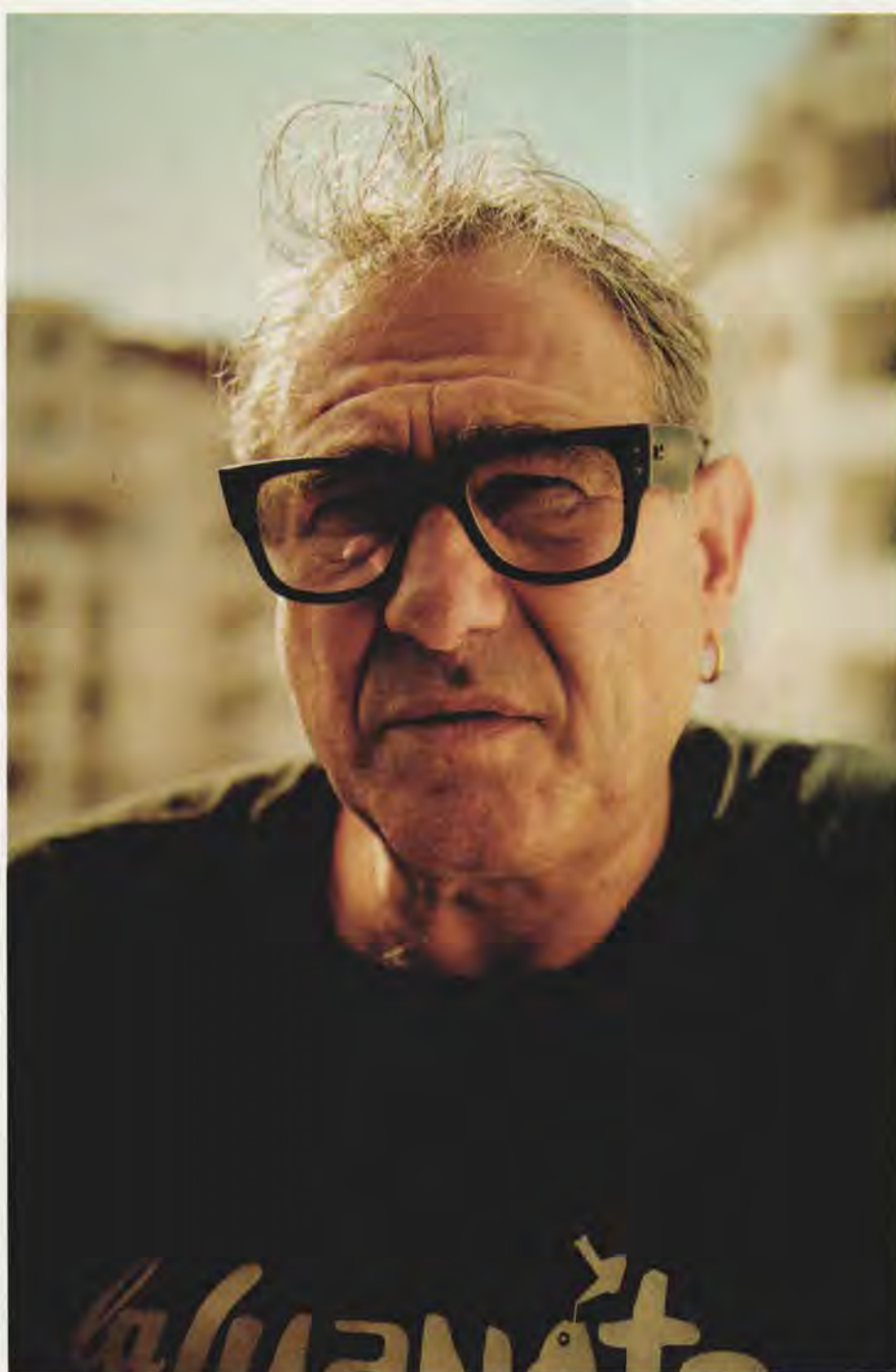
mente eso te lo da la cultura *rave*: en ellos hay una suerte de neotribalismo, hay una vuelta a la tradición. Los *raveros* retan la vida constantemente, retan los límites. Y al mismo tiempo, hay una sensación de sentirse pequeños en el universo, en la existencia...

Otro puente que hay en *Sirat* es el que une la cultura musulmana con la *raver*. ¿Cómo se llega a ese cruce de caminos?

O. L.: Cuando preparaba *Mimosas* estuve viviendo en un palmeral, y de repente montaron una *rave* en el mismo pueblo donde estaba. Con algunos colegas marroquíes, sufís, del palmeral donde vivía, nos acercamos a la *rave* y quedaron estupefactos. Me acuerdo en concreto de la impresión que le causó a Said (*Aagli*, uno de los actores que participan en *Mimosas*, *ndlr*), que los contemplaba y veía su independencia, su soberanía, y dijo: «*Hostia*, estos son los musulmanes del futuro». Yo tenía amigos también *raveros* y los dos grupos se hicieron bastantes colegas y compartieron varios viajes. Sufís muy ortodoxos hombro con hombro con estos *technogitanos*. Los *raveros* son un poco *peterpanes*, a veces parece que no quieren crecer, pero al mismo tiempo están preparados para la muerte, para lo que



1 Julio, 2025



venga. Son verdaderamente guerreros. Y me pareció un choque tan especial, tan bonito: a mí me habita eso. O sea, *Sirat* surge de unir algo muy tradicional con algo moderno. A mí me encanta escuchar el Corán, por ejemplo, me embriaga; y, al mismo tiempo, me gusta escuchar *techno*. Soy un ser humano contemporáneo que está ahí en este momento de cruce, con ganas de trascenderme, pero también lidiando con la dificultad que ello implica.

Viendo la película pensaba mucho en la música gnawa (canciones y ritmos

practicados por las cofradías místicas musulmanas) y su relación con la música electrónica. La repetición de ritmos y patrones para llegar al trance, la música como puerta de acceso a la mística.

O. L.: Sí, pero también el cine lo es. El cine es una herramienta de expresión muy esotérica, muy de hacerte entrar en otro plano. No somos conscientes de ello, pero las imágenes nos transforman. Nos acompañan durante años y años. Incluso pelis que no nos gustan o que no hemos entendido y, de repente, hay imágenes

latentes en ti, que surgen. ¿Por qué? Porque verdaderamente las imágenes tienen un poder muy fuerte. Y una imagen es música, claro. Yo soy un poco músico, un poco músico frustrado si quieres.

En *Sirat* es clave el trabajo de comunión de la imagen con la música de Kangding Ray. ¿Cómo fue el trabajo con él?

O. L.: Parecido al trabajo con Santi Fillol en el guion, que me conoce tan bien, y con el que comparto universo. Con él siempre puedo ir muy lejos. Con David Letellier (*nombre real del músico Kangding Ray, ndlr*) he podido llegar también a un zénit creativo muy alto. Fue una gozada poder trabajar con tanta precisión con un compañero y con una herramienta que permite expresar algo de manera tan precisa y tan etérea al mismo tiempo. Tuvimos también la suerte de que el rodaje fue posponiéndose, lo que nos acabó permitiendo poder trabajar la música con tranquilidad e ir ya al rodaje con el *mood* sonoro desarrollado.

¿Cómo describirías exactamente ese *mood* sonoro?

O. L.: Tenía en mente esas imágenes de desierto, de polvo, de arena... Y tenía claro que había una comunión entre el grano que te da filmar eso en película de 16mm con la distorsión del sonido, que sería el grano de la música electrónica.

Una asociación que me gusta muchísimo en la película es la que haces con el bafle, al que la cámara se acerca porque parece que la música la estuviera llamando. También vemos varias veces a personajes agarrarse y asomarse al bafle, como si estuvieran escuchando una oración. Poco después, parece que igualaras la imagen del bafle a la imagen de la Kaaba en la Meca. Un bloque negro que llama, otra estructura mística...

O. L.: Sí, hay algo de las geometrías espirituales en la peli. La propia montaña donde ellos van a orar... Hay un eco de ese tiempo tribal en el que se iba a espacios sagrados a transformar energía. Con respecto al bafle, a mí me gusta proponer una suerte de ambigüedad o de polisemia. Obviamente, tengo intenciones y tengo mis lecturas de la película, pero me gusta que cada uno la lleve donde quiera.

El tramo final de *Sirat* está acompa-



1 Julio, 2025

ñado de manera muy marcada por la repetición de unos arpegios muy misteriosos...

O. L.: A nivel sonoro la intención es que esos arpegios significaran el momento en el que la narrativa se va desmaterializando y entra en la abstracción. Cuando la épica, esa aventura terrestre, se encuentra con la aventura metafísica. Quería que los sonidos también se desmaterializaran. Empezamos con el kick (el bombo, el sonido grave y percusión que establece el ritmo y la base rítmica, ndlr) del beat muy fuerte. Como con algo muy techno, muy rabioso, muy tierra, muy guerrero. Pero siempre con una dimensión muy mental también. Y que la tierra fuera desapareciendo poco a poco y nos quedaríamos cada vez más con esa capa más mental, interior, más profunda, llegando finalmente a un paisaje sonoro mucho más drone, ambient; intentar llegar al sonido primigenio. Como si a través de ese altavoz sonara el origen... Como suena el universo o como suena el cosmos. Todo esto son intenciones, no sé si lo hemos conseguido.

Quizá esa es la mejor definición del viaje que propone *Sirat*: del techno duro al ambient.

O. L.: Esa era la intención, sí.

Quería preguntarte, Sergi, ¿cuándo te unes a esta aventura? ¿Cómo conociste a Oliver? ¿Qué pensaste del proyecto al presentártelo?

S. L.: De manera bastante normal. Me mandó el guion, me gustó mucho, y después nos conocimos. Luego hicimos pruebas, ensayos de escenas, ya no solo para saber si lo haces bien o no, sino también para comprobar si nos entendemos. Y si puedo ser útil en este viaje ¿no? «Oye, que sí, pues venga»... Y lo hicimos.

¿Cuánto tiempo duró la aventura del rodaje?

O. L.: Siete semanas. Tres en España y cuatro en Marruecos.

S. L.: ¿Ah, sí? ¿Tanto? En mi memoria, rodamos cinco o seis en Marruecos y una en Teruel.

O. L.: (Risas) Claro, es que en Marruecos costó, fue todo muy intenso...

Oliver, siempre trabajas con actores no profesionales. ¿Qué te llevó a buscar a un actor como Sergi?



O. L.: Nunca había trabajado con un actor profesional. Las películas me habían pedido trabajar con texturas de lo real, con gente más normal. *O que arde* la rodé en las montañas donde nació mi madre; entonces necesitaba esas texturas, es lo que me pedía el filme. Con *Sirat* desde el principio era diferente, tiene muchos personajes. Hice pruebas y entendí que el de Luis (que interpreta Sergi López, ndlr) era un personaje muy complejo, con mucha transformación, y rápidamente sentí que necesitaba un aliado, alguien que me ayudara a hacer la puesta en escena desde

dentro, porque sabía que a su lado iba a tener raveros de verdad.

Un actor sin experiencia siempre implica mucho trabajo. Tienes que salir del coche para que arranque, tienes que empujarlo. Es muchísimo trabajo: darle seguridad, acompañarlo, sostenerlo. Sergi es alguien con mucho instinto actoral —un actor innato que puede ser muy técnico, crearte la máscara con precisión: «¿Qué necesitas? ¿Quieres que me convierta en un psycho killer? ¿Quieres que me convierta en un bedel?»—, pero también tiene la



1 Julio, 2025

capacidad de ser él mismo, o sea, de ser una suerte de *no actor*. Y en lo personal ya él es así también. Recuerdo que al acabar el ensayo me ayudó a recoger las sillas y me habló de que iba a ver a su madre para llevarla al médico. Sentí una especie de cercanía y de complicidad que me gustó, sobre todo porque teníamos que filmar con gente frágil. Sergi fue muy generoso, de manera natural: a él le gusta la gente. En muchas ocasiones se podía haber ido ya al hotel a descansar y se quedaba apoyando a los compañeros en secuencias duras, dándoles fe.

Esa normalidad de Sergi es también el asidero perfecto para los espectadores en el viaje de *Sirat*.

O. L.: Exacto, y también esa normalidad que él tiene hace que te sorprenda y te conmueva más como espectador ese salto al vacío que hace al final de la película. Porque tanto Sergi como su personaje son personas que no juzgan, y eso era importante. Es lo que hace tan emocionante esa comunión de cicatrices al final. Podríamos haber hecho un guion donde el padre es más conservador, algo que narrativamente generara más dialéctica o más tensión con la espontaneidad del grupo de *raveros*, pero no; nos apetecía alguien que es humilde, que es sencillo, y que al final se cuiden unos a otros, sin darle muchas más vueltas.

Una decisión de escritura a contracorriente. Hoy parece todo tan polarizado...

O.L.: Yo creo que los españoles son gente sencilla. Y de pueblo. Depende de dónde sean, que los hay más cabezones que otros (*risas*). Pero, más allá de eso, al final hay sencillez por debajo.

Sergi, repasando tu filmografía, es bastante impresionante la nómina ecléctica de cineastas con los que has trabajado: Guillermo del Toro, Santiago Mitre, los Larriou, Ozon, Villaronga, Moll, Corneau, Arnadu des Pallières, Terry Gilliam, Woody Allen, Alice Rohrwacher... Películas realizadas bajo una idea fuerte de cineasta-autor.

S.L.: Respeto mucho el trabajo del cineasta: tener una idea en la cabeza y ser capaz de plasmarla en imágenes, a través de escenas, de palabras concretas, de movimientos... ¡Hostia! Convertirlo a algo

tan *material* es impresionante. Vengo de la tradición del cine de autor francés, y necesito la figura de alguien que vaya guiando. Una autoridad a quien seguir es necesaria. Luego, decir que el cine es una aventura colectiva es ya un tópico, pero es que es algo que se hace tan evidente cuando estás en un rodaje... Oliver combina a la perfección los dos elementos: me pedía cosas muy concretas, pero también me dejaba mucho hacer, me compraba las propuestas. Aunque yo tampoco sé bien lo que hago ¿eh? A mí lo que me encanta es actuar, me encanta el rodaje, me encanta esta locura de gente presuntamente adulta tirada en medio del desierto con una cámara, una tormenta. «Camina», «Vuelve», «¡Ahora corre!»...

«No soy Haneke o Von Trier. No tengo ganas de ejercitar sadismo sobre el espectador»

OLIVER LAXE

¿Cómo describirías el método de Oliver como director?

O.L.: Alguien que se rodea bien, de gente más talentosa que él. Ese es mi método (*ríe*).

S. L.: Te ríes, pero eso es una gran calidad. En lo que nos ayuda mucho Oliver es en saber localizar el alma de la película, qué es lo que atraviesa a la historia y a tu personaje. Aunque la actuación es un trabajo bastante técnico —te aprendes tu papel, lo dices...—, al final todo esto está lleno de alma. Es algo clave, lo que marca la diferencia. A veces puedes tener un texto que sientes que está muy bien escrito, pero ante el que no sabes qué late debajo de sus palabras. En *Sirat* he estado muy inspirado por mis conversaciones con Oliver, entendí de verdad qué le atraía a este señor, Luis, a este padre que crece a través del dolor.

O.L.: En mi caso, yo también me fiaba mucho la intuición de Sergi. A veces no le daba indicaciones, le decía: «Tú sabes». Y es muy probable que no supiera y que estuviera perdido, pero daba igual: lánzate, date a tu intuición y ya surgirá algo.

S.L.: Eso para mí es un chollo. Me da

confianza para tirarme al abismo sabiendo que no sabemos cómo se hace, que estamos probando.

Vayamos a un caso concreto, quizá la escena más complicada de filmar y actuar: la muerte del hijo que parte la película en dos.

S. L.: Es algo que es imposible de actuar. Es imposible. Si en escena alguien te pega un tiro, ¡pam!, te mueres y te caes, sí, pero ante la muerte de un hijo ¿qué haces? ¿Cómo lo representas? Es imposible. Te puedes ahogar en la idea de querer hacerlo bien, de conseguir un determinado resultado. Es tan grande el desafío que solo te queda una opción: lanzarte sin pensarlo.

O. L.: De hecho, la ensayamos solo tres veces para no quemarla. Y solo para fijar posiciones y demás. Fuimos muy gradualmente, con mucho cuidado para no mecanizarla, no perder ese espacio abierto a lo que surgiera en el momento.

S. L.: Así fue, solo ensayamos cuestiones meramente prácticas, de posición de cada actor, porque éramos muchos en plano, todos juntos en escena.

Antes de esa ruptura, hay otra que me gusta mucho, justo antes de que salga el título de la película. Vemos a una de las chicas *raveras* entrar a una choza en la que hay un televisor. En la pantalla de la tele, imágenes de la Meca, de musulmanes acudiendo a la oración, en torno a la Kaaba.

O. L.: Al recitador del Corán lo conozco, por cierto, es amigo personal mío. Sí, esa escena para mí es uno de los momentos claves. Ella ve las imágenes: están circunvalando la Kaaba, la Meca; justo después vemos los pies de Tonin (*Tonin Javier, uno de los raveros del filme, ndlr*) caminando en la arena, que es como una pequeña prefiguración. Hay algo como del ser humano intentando hacer lo que puede por trascenderse. Algunos lo logran, pero a la mayor parte de nosotros nos cuesta. Y no hay juicio por parte del personaje que ve las imágenes de la Meca; ella las mira y hay algo que la conmueve, quizá le hace pensar algo íntimo. Es cuando la película cruza el primer puente. Hay ese respeto por la tradición, y pam, aparecen las líneas blancas del desierto: es el momento en el que *desiertan* nuestros personajes, que se tiran ya a una



1 Julio, 2025



suerte de abismo, el primero. Y entonces aparece el título: *Sirat*, que tiene mucho que ver con este caminar; *sirat* quiere decir camino, la vía.

¿Cuándo das con ese concepto, Oliver?
 ¿Cuándo llegas a la palabra *sirat*?

O. L.: Es un mantra sufí. En la Fātiḥa, en la oración de apertura se recita, se habla del camino; dos veces aparece esa palabra. Todos los días recito la palabra *sirat*. Pero fue un amigo mío marroquí, un poeta de allí, al que le enseñé la película y dijo: «*Sirat*». Encajaba a la perfección, claro. Teníamos muchas opciones para el título, algunos más comerciales que otros, pero es una peli tan compleja que encontrar un nombre era muy difícil. Pensamos en *Rave*, *Beat*, *El último baile*, pero no captaban toda la complejidad, todos los matices. Al final fue asumirme, asumir mi imaginario, aunque no sea muy comercial. Tengo fe en que es una palabra que, al igual que la montaña de la peli, tiene su geometría espiritual y benéfica. Es una palabra que tiene su luz. *Sirat* es como si dices: «*La vida es así*». La vida es así. Esta película simboliza el camino, la vida. *Sirat al-Mustaqim*. *Sirat al-Mustaqim*...

«Sufis muy ortodoxos hombro con hombro con technogitanos...»

OLIVER LAXE

مَهْدِي لَع تَتَمَعْنُ أَنْ يَكُنْ لَكَ طَارِصٌ مَيِّقٌ تَسْتَمِعُ طَارِصًا أَنْ ذَهَبَ
 نِي كَلْضَلَا أَلْوَ مَهْدِي لَع بِيَوْضُنْ غَمَلًا رِيغ
 [Laxe recita las aleyas sexta y séptima de la sura Al-Fātiḥa, la Apertura del Corán, ndr]. Es decir: ayúdame a coger el camino recto, guíame en el camino recto y hazme cruzar con gente de bien. O sea, se le pide a la providencia que te junte con gente buena. Qué importante rodearte bien ¿eh? Volvemos a eso. (Sonríe)

Si la película comienza con el concepto *sirat*, para hablar de su final quizá deberíamos traer a colación el concepto sufí *fana*, ese «morir antes de morir», la aniquilación del yo, del ego, para alcanzar una unión mística con Dios, para trascender...

O. L.: El primer título en el que pensé para la película era *Yihad*. Porque *yihad*, en su etimología, es el control del ego. *Jihad al-nafs* es la guerra contigo mis-

mo. Es lo que sucede en el filme, es una película verdaderamente yihadista. En el sentido etimológico y verdadero del término, no el de la televisión. *Yihad* es el control de sí. No es eliminar el ego, sino tener tú las riendas del ego y que no sea el ego el que te cabalgue a ti. A Luis, el personaje principal, le pasa un poco eso. La vida le ha arrasado, con él y con su ego, y es como si después de tocar tanto fondo, desde esa posición sin ego —el ego es el miedo—, es cuando se despierta algo en él profundo, todo eso comunica con algo esencial de él. Por supervivencia, desde luego, pero porque la vida también es así: cuando la muerte está cerca es cuando te susurra al oído. Es evidente. Nos ha pasado a todos. Cuando se nos muere alguien cercano, joder, es jodido, pero al mismo tiempo es como que te conectaras a la vida. Sales de tu empanada mental, de tu ensimismamiento, de tu narcisismo y pam: te conectas a la vida. A Luis le pasa eso. «*Crucé*.» «*Algo me dijo: "Cruza"*.»

Sé que es algo que puede ser muy íntimo. Si no te apetece que entremos ahí, dímelo sin problema; pero no puedo evitar sentir curiosidad acerca de tu relación con el sufismo. Cómo llegas a él,



1 Julio, 2025



qué es lo que te atrae, si esa dimensión de una espiritualidad heterodoxa...

O. L.: Bueno, no sé... Creo que con lo que hemos hablado ya se puede leer entre líneas. No sé si quiero entrar. Sobre todo, he intentado hacer una película donde todo estuviera bien velado. Estoy contento porque hemos hecho un filme que es un rito de paso, pero sin que te des cuenta, porque es al mismo tiempo una peli de género. Y una experiencia, un espectáculo popular. Que es algo que a mí me gusta sinceramente: el cine es alta cultura y cultura popular, y está mezclado. Verticalidad y horizontalidad. Me parece muy sano. Y que el cine tenga el poder inconsciente de cambiar a la gente. Aunque no se dé cuenta. Hay películas, incluso películas norteamericanas de género, comerciales, que son benéficas.

No era tan consciente de ello, pero escuchando ahora las reacciones de la gente me doy cuenta de que la película sí que tiene algo que remueve al espectador de una manera, creo, y espero, benéfica. Era la intención. Yo no soy Michael Haneke o Lars von Trier. No tengo ninguna gana de ejercitar sadismo sobre el espectador. Al contrario; sinceramente quiero cuidarlo. Quie-

ro adaptarme a él sin engañarme. Pienso: «Ok, me ha tocado vivir en este tiempo, y eso es por algo. ¿Cómo es el espectador hoy día? ¿Cómo me acerco a él?». A través del género. El género ayuda. A través del género ayudas al espectador a subir a lomos de tu caballo, y luego ya vas a donde quieres. Este equilibrio, entre algo muy tierra y muy vertical, es difícil. Pero creo que lo hemos logrado. Hemos logrado que sea una película que tiene muchas capas y que pueda tener multitud de espectadores diferentes, desde un espectador no cinéfilo hasta alguien más acostumbrado a estas cintas más frágiles, abiertas, polisémicas, líricas, sensoriales... ¿Me pongo muy abstracto? Tú ayúdame, eh, Sergi (*sonríe y mira a Sergi*).
S. L.: Para nada, está muy bien, yo te estoy ayudando con mi silencio. (*Risas*)

Sirat es en primer término una aventura pura y dura, que puede ser *El salario del miedo*, *Carga maldita*, *Mad Max*...

O. L.: Sí, y nos encanta. También *Stalker*, que para mí era un buen referente, porque hay en ella ese suspense, esa inquietud extraña que tienes como espectador de: «Vale, van a morir, pero al mismo tiempo van a descubrir el secreto del universo». Es decir,

la aventura física, épica y la metafísica. Es como preguntarse: «¿Qué va a suceder? ¿Qué milagro va a pasar? ¿Qué magia?». O sea, verdaderamente te recuerda que el mundo es mágico, que el mundo está habitado. Que el mundo tiene sus reglas. En *Sirat* se preguntan: «¿Cómo has hecho para cruzar? ¿Por qué has cruzado y no has explotado?». A saber.

Es muy bueno ese diálogo. — «¿Cómo lo has hecho?» — «No sé...»

O. L.: «Crucé sin pensar.» Le dimos vueltas a ese diálogo, la verdad, nos costó llegar hasta ahí.

Sirat también me hizo pensar en el cine de Monte Hellman.

O. L.: ¡Monte Hellman! Me alegra que digas eso, porque a nivel de influencias, más que películas concretas, nos fijábamos mucho en general en el cine norteamericano de los años setenta. Está claro que yo soy europeo y nos gusta mucho el cine contenido, y Bresson me ha influido mucho, obviamente. Pero, en este caso, miramos al cine USA de los setenta porque creo que como sociedad estamos en un momento muy similar a aquella década.



1 Julio, 2025

¿En qué sentido?

O. L.: Por varios motivos. Estamos en una sociedad muy polarizada, como aquella de los setenta, con todas las tensiones entre bloques, la guerra de Vietnam, los golpes de Estado... Había algo muy violento en la sociedad. Pero al mismo tiempo también se dio como una apertura, un momento de aparente retorno a la espiritualidad. Muy *new age*. Había algo muy terapéutico con las drogas y los psicodélicos, algo muy espiritual. Y en Estados Unidos surge este nuevo cine americano. De repente ¡pam!, los estudios depositan su confianza en autores jóvenes que hacían películas bastante libres, raras, diferentes... Sobre todo, eran películas que supieron capturar los miedos y los deseos, los sueños, de una época. Y eso es en lo que nos hemos querido fijar. *Easy Rider*, *Apocalypse Now*, *Carretera asfaltada en dos direcciones*... Son filmes verdaderamente generacionales. O *Punto límite: cero*, ¡un pelicolón!

¿Qué quieren decir estas pelis? ¿De qué va *Apocalypse Now*? ¿De qué va *Easy Rider*? No tengo ni idea. ¿De qué va *Carretera asfaltada en dos direcciones*? Pero hostia... cómo hablan de esa época. Y qué fuerza. Son películas que tenían esas tensiones de la época y las tenían en sus costuras. Tenían ese fuego. Son películas que en esos años eran artefactos raros, pero que supieron ser porosas a esos tiempos. Y nosotros hemos querido, muy humildemente, hacer nuestro *Easy Rider*. Un filme que hablara de nosotros, de nuestra generación. Una generación que ya sabemos, desde que hemos nacido, que esto no es sostenible. En eso sí me identifico con los *raveros*. Esa sensación de *a ver cuándo se acaba esto*, a ver cuándo cambia. A ver cuándo llega el tren, este tren al nuevo mundo. Ojalá hayamos capturado eso.

Estamos a unas pocas horas de que presentes la película en la sala Lumière de Cannes, la sala principal del festival más importante del mundo. ¿Es imposible acudir sin dudas?

O. L.: Yo estoy contento con *Sirat*. Independientemente de que esté mejor o peor hecha, me parece que es una película radical. Sin concesiones, vamos, *let's go!* A morir, a inmolarnos. Vamos a morir, pero por todo lo grande. Aunque pueda suponer el último filme que hago. Y con fe. Aunque pudiera resultar una mierda, tengo fe en que nos hará crecer. Si nos caemos en un abismo,

pues maduraremos. Eso me gusta. No soy un supernarrador, no hago una superpuesta en escena, no soy un superdirector de actores, pero sí tengo fe en el gesto de la película: hay algo temerario, radical, que eso es *Sirat*. Y el unir esos universos, esos imaginarios, que también me gusta mucho. Y eso me mantiene tranquilo.

Estoy convencido de que la puesta en escena de la película va a ser muy recompensada en crítica, premios, etcétera. Si algo es indiscutible es que hay una dirección con brío, con mucha fuerza.

O. L.: Sí, sí, está bien. Lo hemos hecho guay. Creo que es una película para estar muy orgullosos en la industria del cine español, o como lo quieras llamar. Es una película que no se ha hecho nunca. La hemos hecho con nuestras maneras. Es como muy americana, pero hecha con el rigor europeo, y no teníamos ni idea de cómo hacer un filme así. Con efectos, con cromas, cada día era un pollo ¿eh, Sergi? Tú estarás más acostumbrado.

«Me da confianza tirarme al abismo sabiendo que no sabemos cómo se hace»

SERGI LÓPEZ

S. L.: No, no, no te creas...

O. L.: Somos gente que venimos de un cine pobre, frágil, y nos gusta ser veleros: que puedas moverte, girar, esa flexibilidad sencilla... Pero *Sirat* era un trasatlántico en el Canal de Suez (*risas*). Estoy contento: hemos madurado, tenemos más oficio, somos más certeros.

En ese sentido, tenemos una duda en la redacción: ¿la escena aérea la habéis filmado con drones o con helicóptero? Lo lógico es lo primero, pero la película es tan física y tan vigoroso el acercamiento al desierto que ya hemos empezado a dudar...

O. L.: (*Sonríe*) Es un dron. Esa escena aérea, en la mitad de la película, era una de las imágenes esenciales de *Sirat*. Queríamos filmar también el tren del final con dron,

pero nos dio miedo por las tormentas de arena. Es una pena. La secuencia del tren es...

En mi opinión, una de las mejores escenas. Parece como una máquina venida de otro tiempo, como de *Mad Max*, pero también como esas máquinas vivientes del Estudio Ghibli...

O. L.: Eso es: es una máquina y no es una máquina. Lograr eso es lo difícil: es un tren, pero yo, espectador, estoy sintiendo que es otra cosa. Como son los propios camiones de los *raveros*. Que están habitados. Son seres. Ellos los tratan como compañeros de viaje.

Por cierto, la película está bañada en música electrónica, pero precisamente en los coches y los camiones suena música de guitarras.

O. L.: En *Sirat* he puesto muchos temas musicales de mi adolescencia. No he cambiado tanto, en el fondo. Todo lo que escuchan en las radios de los camiones: hay temas de noise, de metal, cosas más hardcore. Es la música de mi juventud.

¿Eres *ravero*, Oliver?

O. L.: No, pero soy hijo de emigrantes, de una clase social obrera, con un sentimiento muy fuerte de clase, y he estado siempre metido en movimientos contraculturales, sobre todo cuando mi familia volvió a Galicia. También creo que somos una generación sin referentes, con mucha necesidad de ellos, sobre todo a nivel espiritual. Cuando dejé Galicia y me fui a vivir fuera, el arte me dio salud, me dio un poco lo que me faltaba... Pero siempre he mantenido un poco esa rabia dentro, ese sentimiento de extranjería. Yo además soy como muy de la montaña, ahora vivo allí, y aunque no lo parezca, tengo un rollo muy asilvestrado...

Luego tuve una novia que tenía mucho del universo *ravero*, y para mí descubrirlo ha sido un proceso personal bonito. Yo, como todos, tengo una imagen idealizada de mí mismo, que alimento. En el fondo, todos estamos rotos, pero tenemos unos mecanismos de defensa gigantescos para no estar apegados a la herida. Sin embargo, los *raveros* no: ellos viven con la herida borboteando. Es algo de la cultura *rave* que me gusta mucho: ese exhibir la fealdad, exhibir la herida; estoy roto, pero aquí estoy, en el *dancefloor*. Y eso me ha enseñado mucho, ha sido un proceso muy sano. Asumir mi



1 Julio, 2025

imperfección y explorarla. Es algo que entendí mientras hacía la película, de hecho. La esencia de la cultura rave es: cae, llora, gime, grita, desfallece, pero no pares de bailar. Levántate y *let's go*. Baila aunque sea el fin del mundo.

Un baile existencial...

O.L.: Hay algo místico en ello. Aunque sea el fin del mundo, celébralo. Esa cosa de muerte grandiosa, morir a lo grande, con dignidad. Ha sido un viaje muy fuerte para mí, de asumir más mi imperfección, mi humanidad, mi herida. Al final la película es una comunión de heridas. Es una comunión de mutilados. El personaje protagonista se cae y se rompe en mil trozos, pero es ahí cuando se hace sólido su vínculo con el resto de los personajes, esa nueva familia.

¿Cómo diste con esa familia de raveros? ¿Los conocías o hiciste casting?

O.L.: Hemos hecho un *casting* que es increíble, de mostrar en las escuelas de cine. Tuve gente que no era del cine haciendo *casting* en raves, yo mismo fui a bastantes. Hemos primado más la verdad que encontramos actores innatos. Primamos más ser fiel a esa cultura y tener roles que evocaran cosas de ella. O sea, obviamente no podíamos tener actores, aunque lo intentamos. No estoy cerrado nunca a la idea de trabajar con actores profesionales. Pero luego la propia película se posicionó de manera muy clara, es lo que pedía, no podíamos hacer otra cosa que valernos de auténticos raveros. En el actor siempre hay un poco el elogio de la pose, de la máscara, y aquí es todo lo contrario. Para un *punki*, y los raveros lo son, se trata de lo contrario, del elogio de enseñar su rotura. Creo que son además los personajes que más nos conmueven, los personajes frágiles, rotos.

En todas mis notas de intención de las películas que hago pongo esta frase de Rumi (poeta persa y místico *sufí*, nldr): «*Los corazones rotos son los más bellos porque dejan pasar la luz a través de sus fisuras*». Tener a esta gente frágil delante de una cámara siempre aporta algo, una verdad, que es difícil conseguir con un actor con experiencia. Un actor profesional, por muy perdido que esté, por mucho que lo desorientes, siempre tiene recursos para esconder esa fragilidad pura que tiene esta gente, que es lo que nos conmueve profundamente.

Sergi, ¿a ti como actor qué te supone trabajar las escenas junto a compañeros sin experiencia?

S.L.: He tenido la suerte de trabajar varias veces con actores no profesionales. Gente que no tiene los tics, la técnica, que no sabe cómo va el oficio, por decirlo de algún modo. Es algo que me interesa, que me inspira. A mí como actor me gustaría pasar desapercibido. Siempre me ha gustado trabajar con gente que no tiene los recursos que da la experiencia, pero que, sin embargo, tienen una verdad que es muy difícil de conseguir. El trabajo de actor me lleva a estar siempre instalado en la contradicción. Hay que saberse el texto, pero lo ideal es dejarse llevar. Todo es mentira, aunque sin embargo es más verdad que lo real. Por otro lado ¿qué quiere decir *actuar bien*? ¿Y qué consigues con ese *hacerlo bien*? ¿Llegas o no llegas? Al mismo tiempo, me gusta mucho sentir que estamos todos igual de perdidos, y que vamos a apoyarnos y ayudarnos para llegar a una verdad. Da igual tu currículum, en la escena siempre empiezas de cero. En la escena todos estamos en la misma situación, todos somos iguales.

«En la escena siempre empiezas de cero, todos somos iguales»

SERGI LÓPEZ

O.L.: Lo dijiste el primer día, en los ensayos, a tus compañeros de reparto: «*Yo no tengo ni idea, de verdad. Y me equivoco todo el rato*». Pusiste unas bases muy buenas desde el primer momento.

S.L.: Es que es verdad. «*Yo soy el Sergi López y he estado no sé cuántas veces en Cannes*». Sí, y qué; pero ahora estamos todos en la escena. Además, luego está el tema de que a veces tú crees que estás bien y estás mal; y a veces piensas que estás mal, que no estás centrado, y de repente tiene algo de frágil, de verdad, algo diferente que gusta... No es matemáticas, no lo puedes saber de antemano. O sea, a mí lo que me mola es esto: ofrecer mi cuerpo a la ciencia (*risas*). Ofrecer mi cuerpo al día, a la aventura. Y decir: «*Bueno, estoy por aquí, qué hacemos...*». Y dejarme llevar, estar abierto a lo que surja. Eso es lo que me mola.

O.L.: Como autor me identifico mucho con

lo que dice Sergi, porque precisamente donde es interesante llevar la creación es ahí donde supera al autor. Donde la película trasciende a la gente que la está haciendo. Obviamente, mis filmes son un quilombo de hacer, son duros, por lo que la realidad queda rápidamente superada por ese tsunami de rodaje. Partimos de un buen lugar (*risas*). Por eso intento también no ponerle sentido a todo, no cerrar las cosas, partir de unas intenciones, pero dejar espacio para que las imágenes multipliquen sus sentidos.

S.L.: Os escuchaba antes cuando hablabais de tomar las riendas del ego. Todos los actores tenemos esta cosa vanidosa, te estás poniendo delante de una cámara ¿no? Pero a mí me pasa algo raro, y es que soy muy tímido, muy vergonzoso. La exhibición no me gusta, no me siento cómodo. Si me subo a las tablas de un teatro hago el payaso, y me pongo en bolas si hace falta. Pero en mi vida no soy así, no me gusta ser el centro de atención. Entonces, desde la actuación intento que nadie se interese por mí como persona, como Sergi. No busco que la gente se fije en que estoy haciendo cosas muy virtuosas, porque eso en cierta manera me desenmascara. Busco estar, mirar... Eso es lo que a mí me emociona. También supongo que es una cosa de inseguridad, que viene de mi infancia, de mi padre, sobre todo. Y no es que no crea en mí, ya tengo una carrera y he tenido suerte de que hablen bien de mí, al final te lo crees: «*Oye, pues tendrás una gracia actuando*». Pero no quiero nunca ponerme delante de la cámara o el público y exclamar: «*¡Atención, aquí estoy, miradme!*». Me da vergüenza, no me siento bien. Prefiero pasar desapercibido. Y al final, con los años, he entendido que hay ahí algo, un lugar desde el que enfocar la actuación, que es lo que me interesa. Es lo que me toca, me mueve más por dentro que ir a buscar un resultado, o atenerme a un determinado estándar absurdo de calidad. Esta cosa de querer medir el talento como si fuera algo medible científicamente es obscena.

Es un clásico eso de los actores que sois tímidos. Ayer mismo le daban aquí una Palma honorífica a Robert De Niro, otro gran introvertido, y hablaba de la suerte que había tenido de haber podido vivir tantas vidas, y haber expresado tantas cosas, que como Robert de Niro nunca se habría atrevido. ¿Te queda esa sensación? ¿Piensas en algún personaje de tu



1 Julio, 2025



filmografía que te haya dado esa oportunidad?

S.L.: (Piensa) No lo sé. Si te digo la verdad, no soy nada mitómano, en ese sentido no he tenido nunca un ídolo que haya querido interpretar. Por otra parte, yo tengo mucha, pero mucha, conciencia de que lo que hacemos es una película. No lo puedo evitar, no sé perderme en el personaje como dicen otros actores, los del método y todo eso. Soy siempre consciente del juego, de que, en el fondo, mi personaje me importa un bledo. A menudo he hecho de tíos normales, de un tipo mediocre que conduce un camión, o de... Mientras otros actores hacen, qué sé yo, de Janis Joplin o de Elvis Presley. Para mí el rollo no pasa por hacer personajes divertidos o exuberantes, para mí lo que cuenta es que un grupo de adultos nos hemos puesto de acuerdo para llamarme Luis y conducir un camión. Lo que me llevo es que he podido conocer seres humanos que hacen cosas marcianas, y me han dejado jugar con ellos.

O.L.: Estamos muy locos.

S.L.: Como cabras todos.

¿Y cómo ha sido jugar junto a El Deseo, Oliver?

O.L.: Pasó que cuando yo estaba con *O que arde*, Pedro Almodóvar estaba con *Dolor y gloria*; entonces coincidimos mucho en encuentros de prensa, en los Goya y todo eso. A Pedro le había gustado mucho *O que arde*, hubo un *feeling* entre nosotros. Como el guion de *Sirat* sentí que lo tenía ya maduro, porque llevaba muchos años trabajando en el proyecto, ya desde antes de *Mimosas*, quise aprovechar la oportunidad y a la primera productora a la que fui a presentarlo fue a El Deseo. Y la verdad es que sentí mucho cariño por parte de la familia Almodóvar.

S.L.: ¿En El Deseo son todos familia?

O.L.: No son familia, pero son como una familia. Aunque bueno, están Esther y Lola, que sí son también hermanas (*Esther García es la directora de producción de El Deseo, y su hermana Lola, asistente y mano derecha de Pedro, ndr*). Eso me gustó y me sentí cuidado. Luego también destacaré el trabajo exquisito de Movistar+ y, en concreto, de Domingo Corral. Han sido claves en este proyecto y Domingo ha tenido *luces largas*, por así decirlo. Es la primera vez que tengo una televisión detrás, porque ni siquiera TVE había participado en mis tres primeros largos, a pesar incluso de haber presen-

tado las tres aquí en Cannes. Y Domingo ha tenido ahí también un sentimiento de responsabilidad, fíjate, desde el sector privado. Una cosa de: «*Hostia, a este tío hay que apoyarlo, ¿no?*». Y es arriesgado. No solo fue que nos dejaran hacer nuestra movida con libertad, es que entendían la película que queríamos hacer y nos acompañaron en el viaje. Me parece bastante utópico.

Un tipo que desde el sector privado ha impulsado proyectos como *Antidisturbios*, *Querer*, *La peste*, *La mesías*, *Modelo 77*, las dos primeras series de Urbizu... Y al que despiden de Movistar+ justo cuando presenta una película como *Sirat* en competición oficial de Cannes.

O.L.: Con el tiempo se va a ver más lo que ha sucedido con Domingo Corral; con perspectiva nos daremos cuenta de su excepcionalidad. Su último proyecto acaba en competición oficial de Cannes, lo ha hecho bien. A ver qué hacen los que vienen. •

SIRAT TRANCE EN EL DESIERTO (OLIVER LAXE), YA EN SALAS DE CINE



1 Julio, 2025

52

HISTORIA ORAL

Sirāt, anatomía de una rave

Unos graves retumbantes en el pecho y una tormenta de arena ardiente en la retina. Se necesitaba al menos eso para arrasar en la Croisette y llevarse un merecido Premio del Jurado. Con la explosión de *Sirāt, Trance en el desierto*, el gallego Óliver Laxe hace su Mad Max entre raveros. La banda que atravesó el desierto marroquí con este cineasta-chamán nos lo cuenta.

»»» LEO ORTUNO Y RAPHAËL CLAIREFOND

Después de precipitar a su equipo y a sus actores en auténticos incendios (*O que arde*), el pirómano (él mismo se define así) Oliver Laxe se ha lanzado a otra aventura incandescente. De ella ha extraído una experiencia trascendental que avanza, dando tumbos, por la cresta de la ola de las grandes películas-viaje, desde *Zabriskie Point* hasta *Garga maldita*, pasando por *Gerry*. Todos ellos viajes interiores agotadores y, a menudo, sin retorno. Pero detrás del trance y el caos que se ve en la pantalla, está la realidad del rodaje, las condiciones extremas y las improvisaciones de última hora...

EL CASTING:

Oliver Laxe, director
Mani Mortazavi, coproductor
Andrea Queralt, coproductora
Sergi López, actor
Jade Oukid, actriz
Santiago Fillol, guionista
Mauro Herce, director de fotografía
Kangding Ray, compositor de la banda sonora

ANTES DEL AFTER

Santiago Fillol: Una de las cosas que más nos impactó era el hecho de bailar y llorar al mismo tiempo, la sensación de expresar el dolor a través de la danza, como en un hechizo o una plegaria. Eso era un horizonte, una imagen importante. Después, para escribir el guion, ni Oliver ni yo leímos ningún manual de cine. Nunca. No creemos en ese tipo de fórmulas: «En el segundo acto, tu personaje debe transformarse y ahí hay un conflicto...». ¿Has tenido un segundo acto claro en tu vida? Yo no estoy seguro. Nosotros hacemos más bien conexiones entre estados de ánimo. Nos planteamos problemas de velocidad, de lentitud, de fricciones... Es mucho más inspirador. Si tenemos éxito con esta película, demostraremos que los *amateurs* tenemos razón. Nadie sabe de antemano lo que van a sentir los espectadores. Nadie. Hay que experimentar.

Mani Mortazavi: Andrea Queralt y yo habíamos firmado en su momento para

este proyecto, que durante mucho tiempo se llamó *After*. Oliver nos habló de él en 2015, pero necesitaba vivir con la idea de la película y dejarla madurar. Así que nos propuso *O que arde*, para darse tiempo. Como las comunidades de fiesteros están muy extendidas en el sur de Francia, al principio pensábamos que iba a ser una película mayoritariamente francesa. Más tarde, entregamos el guion a los españoles, que, gracias a Movistar, nos permitieron dar un salto cuántico en términos de financiación...

Kangding Ray: Empezamos con la música desde el guion. Hicimos sesiones muy largas en las que Oliver vino a Berlín durante varios días. Más allá de la música electrónica, teníamos muy presentes las películas de Tarkovski, con ese aspecto tan espiritual. Decir con la música cosas que no se pueden explicar con palabras. También queríamos experimentar, fuimos al Berghain, bailamos juntos... ¡Incluso fuimos a una rave en España!

Jade Oukid: A mí me abordaron en un festival *techno* en Portugal hace tres





1 Julio, 2025

HISTORIA ORAL

53



años. Dos días después, me encontraron entre una multitud de 10.000 personas para presentarme a Oliver. No dije que sí inmediatamente, porque estamos acostumbrados a que nos ataquen y nos estigmaticen en el movimiento alternativo: *punks*, *nómadas*, *travellers*. Me daba miedo el mensaje que se iba a transmitir, pero vi que conocían el ambiente y que querían sublimarlo. Al principio no sabíamos nada del guion. Oliver me habló del desierto y del lado espiritual. Hay algo en este proyecto que me atrajo, no sé cómo explicarlo. Tenía que hacerlo.

UNA RAVE EN TIERRA DE BUÑUEL

Andrea Queralt: El problema era que había que rodar la parte de la *rave* en España por cuestiones logísticas: era mucho más práctico para traer a los fiesteros de todas partes. Encontramos unos paisajes increíblemente desérticos en Aragón, ¡donde nació Buñuel!

Mani Mortazavi: Se habían previsto todos los problemas: drogas, derechos de imagen... Los figurantes fueron registrados como en los viejos tiempos del Covid, con códigos QR. Aunque eran auténticos *raveros*, se prestaron al juego. Había servicios policiales, médicos, seguros... Fueron tres meses de preparación para una *rave* que duró tres días.

Oliver Laxe: Si hubiera podido, habría rodado en una fiesta ilegal, pero mis productores no querían correr el riesgo. Hicimos algo ilegal de forma legal, pero fue una fiesta auténtica, con dos colectivos llamados *Dropping Caravane* y *Trackers*, que tienen cierta radicalidad en este ambiente. Sabíamos que iban a atraer a un público muy fiestero, *traveller*, *punk*. Gente con una verdad en su silencio, en su rostro, en su forma de bailar. No queríamos trabajar con figurantes disfrazados de punks.

Jade Oukid: ¡Yo me quedaba en casa cuando había *raves*! Sin embargo, una de las cosas más difíciles era expresar algo a través del baile. En la música *techno*, es fácil cerrar los ojos sabiendo que no te están mirando y entrar en una especie de trance, liberar todo lo que puedes liberar... Pero cuando hay una cámara, no es lo mismo (*risas*). El baile es una sucesión de pasos. Hay gente que no sale de la pista de baile en tres días. Todo ese proceso para entrar en un estado de liberación es difícil de encontrar en un rodaje. No es la misma música, hay cortes... La pista de baile tiene que parecer que lleva cinco días en marcha, ¡cuando en realidad estamos fresquísimos!

Kangding Ray: Hice un set con *tracks* que había compuesto. El equipo de

la película estaba bailando detrás, estábamos realmente integrados. Fue una experiencia colectiva, a veces muy caótica. Porque sigue siendo una fiesta, es difícil gestionar todo lo que pasa. **Andrea Queralt:** Después de tantos años escribiendo textos para financiar el mundo de las *raves*, cuando por fin llegamos al rodaje, fue muy impresionante. Tres o cuatro días después, lo tenía grabado en mi cuerpo. ¡Todavía oía los *beats*!

Mauro Herce: Tuvimos muchos imprevistos todo el tiempo. Durante la *rave*, había un tótem que debía quemarse en medio de la pista antes de transformarse. Pero por razones de seguridad, no pudimos hacer fuego...

Oliver Laxe: El trato estaba claro: cuando empezara la música, no se pararía durante tres días. Al cabo de un día y medio, nos dimos cuenta de que estábamos yendo demasiado lejos, que la intimidad que estábamos captando superaba los límites de lo correcto, así que lo dejamos. Los *raveros* fueron muy generosos, porque cuando bailas, aceptas compartir mucho. En una fiesta, bailamos como si nadie nos viera. Es casi una práctica samurái. Te centras en ti mismo, te olvidas de lo que te rodea.

Santiago Fillol: Todos estos *travellers*



1 Julio, 2025



HISTORIA ORAL

forman una cultura, una familia al margen del sistema. Estoy seguro de que si hoy aterrizaran extraterrestres en la Tierra, los *raveros* serían los primeros en ser elegidos. Son lo mejor de la humanidad. Lo saben todo, son mecánicos, hablan tres o cuatro idiomas cada uno, tienen formas de solidaridad, son un poco druidas... Es una comunidad extraordinaria.

Óliver Laxe: Lo que me interesa es la *free party*. Los festivales tipo Burning Man están más institucionalizados: es una apología de la pose, de la apariencia... La fiesta es una apología de la fealdad. Somos *freaks*, mostramos nuestras mutilaciones y nuestras cicatrices.

Sergi López: Fue intenso y muy enriquecedor ver a esos *punks* y esa filosofía. Yo soy mucho más burgués, tengo un piso con aire acondicionado, pero conocía un poco las *raves*, los movimientos sociales en Francia, esa idea antisistema. Tienen una verdadera conciencia social, ecológica y feminista. Son muy fuertes en la autogestión, con la intuición de que el mundo en el que vivimos se está yendo al carajo. Ellos han decidido marcharse.

Andrea Queralt: Vale, se escapan del sistema, pero hay un deseo de encontrarse de *rave* en *rave*, de formar parte de una comunidad. Alguien decía: en una *rave* hay 2000 personas y nunca se ve una pelea. Mientras que en cualquier fiesta en mi pequeño pueblo con un concierto, hay cuarenta personas que se pelean en cuanto empiezan a beber. Aquí hay armonía.

Santiago Fillol: Con Oliver hacemos cine para vivir experiencias. Lo más importante es no ser el mismo después de la película. Si no cambia algo en ti, va a ser difícil provocar un pequeño cambio en los espectadores. Eso es algo que los *raveros* han entendido: están completamente abiertos a la idea del cambio, de la transformación a través del contacto con los demás. Te dices: «Vaya, estas personas tienen tiempo para mostrarse vulnerables ante los demás».

MAD MAX EN MARRUECOS

Andrea Queralt: Fue muy duro, tal y como se ve en la película: un rodaje muy árido, seco y mineral. Me desmayé, entré en coma por calor. De hecho, hay tanta sequedad que el cuerpo ya no

puede sudar ni orinar. Retiene todos los líquidos porque tiene demasiado miedo de quedarse sin agua...

Mani Mortazavi: Era el cuarto o quinto año consecutivo de sequía. Leí en la prensa que el rey de Marruecos había pedido a la población que no celebrara el Eid matando ovejas: hace mucho calor y cada vez tienen menos ganado porque no tienen con qué alimentarlo... Los equipos técnicos sabían que las cámaras lo iban a pasar mal. El director de producción de una serie rodada en Marruecos hace unos años nos había advertido: la arena se mete en los objetivos, incluso sin viento. Así que cuando hay...

Mauro Herce: El sol está en su punto más alto durante once horas al día, y solo hay una hora al principio y otra al final del día en las que es un poco más agradable... Tuvimos que trabajar con reflectores, difusores y lonas en el suelo para eliminar los reflejos. Fue un trabajo bastante artesanal para domesticar esa luz natural. Para los vehículos, teníamos «dobles»: dos camiones azules, dos amarillentos y tres coches. Eso nos permitía ganar tiempo. Mientras trabajábamos en uno de los camiones,



55

podíamos preparar la maquinaria del otro. Las estructuras de los camiones estaban debilitadas, porque habíamos abierto las ventanas para tener más paisaje. Siempre circulábamos por pistas y las vibraciones de la carretera rompían la estructura. ¡Así que los mecánicos tenían que soldar la carrocería!

Jade Oukid: Por mucho que hagas reconocimientos, a veces, en el desierto, no sabes dónde estás. En plena acción, te pierdes. Te dicen: «Gira un poco a la derecha» y entonces ves el precipicio, pisas el freno... ¡Fue intenso! Todo el equipo de cámara podía salir volando por la parte trasera.

Mani Mortazavi: Algunos han establecido un paralelismo entre Oliver y Werner Herzog. Sin llegar a compararlos, es cierto que a Oliver le gusta confrontar los cuerpos de sus actores y la voluntad de los técnicos con la dureza de las condiciones climáticas. Es algo que le caracteriza.

Sergi López: Un día, se puso a flotar. Gotas enormes, una auténtica inundación en medio del desierto. Barro por todas partes. El día anterior estaba seco y al día siguiente todo había vuelto a la normalidad, como si nada hubiera pasado. Es una locura.

Mauro Herce: Hubo imprevistos afortunados, como esa tormenta de arena. Encontramos rápidamente la manera de incluirla en el plan de rodaje del día. Se intensificó y duró mucho tiempo. Tanto que, en un momento dado, no se veía nada, ni siquiera a cincuenta centímetros. No podíamos seguir rodando, lo paramos todo.

Andrea Queralt: Fue un momento sorprendentemente bello. Todo el equipo tuvo que apretujarse, como una pirámide humana. Eso permitió que todos se acercaran más.

Santiago Fillol: Estábamos todos alrededor de la cámara, como un tótem... ¡Qué locura! Nos creíamos mayas,

estábamos locos.

Mauro Herce: Estábamos allí apiñados, como una pequeña marea humana, esperando a que el resto del equipo viniera a buscarnos. Formamos un círculo para proteger la cámara. Era una imagen bastante curiosa, como una especie de culto. He rodado bastante en África y he vivido varias tormentas de arena, pero nunca como esta.

Sergi López: Esta película fue como una revelación. Estudié en París, donde me repetían constantemente que el teatro es una cuestión de interpretación. Nunca volví a casa estando todavía metido en un personaje. En este rodaje, por primera vez, al sumergirme en el Luis que interpretaba, me sentí mucho más inspirado que cuando pensaba en mí mismo. Había algo que sucedía en el cuerpo, una conexión con una parte más ancestral. Pasé tres semanas llorando todo el tiempo, aunque no sufría en absoluto. Estaba encantado, muy feliz de estar allí.



1 Julio, 2025



FESTIVAL DE CANNES

Sirat. Trance en el desierto

UNA PELÍCULA DE
Oliver Laxe

CON

Sergi López, Bruno Núñez,
Richard Bellamyun, Stefania
Gadda, Joshua Liam Herderson

ESTRENO

Ya en salas de cines

Un hombre (Sergi López) y su hijo (Bruno Núñez) llegan a una rave perdida en medio de las montañas del sur de Marruecos. Buscan a Mar, su hija y hermana, desaparecida hace meses en una de esas fiestas sin amanecer. Reparten su foto una y otra vez rodeados de música electrónica y un tipo de libertad que desconocen. Allí deciden seguir a un grupo de raveros en la búsqueda de una última fiesta que se celebrará en el desierto, donde esperan encontrar a la joven desaparecida.

PREMIO DEL JURADO

El salario del miedo, *Mad Max. Salvajes de autopista*, *Buen trabajo*, *Climax*, *Carga maldita* y otras muchas más: en la Croisette, el jueves por la noche, alrededor de las 00:30, no cesaban las comparaciones para intentar definir *Sirat. Trance en el desierto*, una granada detonada con gran pompa por el pirómano Oliver Laxe, que ya había avivado las brasas con *Lo que arde*, presentada también en Cannes en 2019. Aquí, Luis (Sergi López) se adentra en el desierto marroquí en busca de su hija, desaparecida hace cinco meses durante una rave. Junto con su hijo de 12 años y su perra Pipa, pronto se unen a una extraña pandilla formada por un puñado de fiesteros, marginados, lisiados y otros aficionados a las drogas psicotrópicas y las plantas alucinógenas. Sobre el papel, podría parecer un sucedáneo de *Los excursionistas* (Philippe Harel, 1997) con un toque de *Hacia rutas salvajes* (Sean Penn, 2007), a modo de búsqueda iniciática y *road trip* redentor, en camioneta bajo el sol del Atlas. Excepto que el *sirat*, en el islam, es un puente colgante que une el infierno con el paraíso. La promesa de un camino, sin duda, pero hecho de otra pasta. Por otra parte, no se sabe exactamente dónde comienza la película, si en el limbo de Hades o en las nubes: se instalan con método y precisión cajas de bajos, rocas ocreas parecen vibrar al ritmo de la música techno y, finalmente, una multitud danzante a la que nos acercamos lentamente, a través de un plano cenital, antes de fundirnos en ella: cada personaje con el que nos cruzamos aquí, en trance,

formará parte de la tribu que toma el camino del *sirat*.

DESTILAR EL MISTERIO DONDE OTROS SOLO ROZARÍAN EL POLVO

Tonin, Stephy, Josh, Jade, Luis, Esteban y Bigui no tienen ni idea de dónde están, y el espectador tampoco. Esa es una de las grandes fortalezas de la película: frustrar todas las expectativas, tomar constantemente el camino transversal en forma de espejismo en lugar del sendero marcado. ¿Cómo podría haber sido de otra manera? Desde los primeros minutos, Laxe trabaja el material y da forma a sus planos como un chamán, logrando con toda la gracia de los grandes cineastas —es decir, sin que sepamos muy bien cómo lo hacen— destilar el misterio y la abstracción donde otros solo rozarían el polvo. Y, lo que es más: a pesar de las sustancias ingeridas por el grupo, la puesta en escena nunca se ve contaminada. Aquí no hay deformaciones artificiales del encuadre, y mucho menos filtros anticuados o movimientos desconsiderados. La fuerza se despliega sobre todo en planos fijos y anodinos, como en la secuencia clave, la del camión atascado, en la que lo peor ocurre en un solo plano, un giro argumental que pone en juego todo el filme y acaba saliendo victorioso allá donde tantos antes fracasaron. A partir de ese momento, *Sirat* toma el camino de la radicalidad, inclinándose más hacia el infierno que hacia el paraíso. O, más precisamente, privilegiando la metafísica sobre el deambular. Las murallas



1 Julio, 2025

SECCIÓN OFICIAL: CRÍTICA

57



se convierten en monolitos *kubrickianos*, el sol golpea y el suelo se desvanece. La elección puede desconcertar, el viaje agotar. Sin embargo, las decisiones de Oliver Laxe están en sintonía con lo que viven los personajes, que se sumergen y se diluyen

en el desierto como, medio siglo antes, otros remontaron un río vietnamita que los llevó al corazón de las tinieblas. Porque, más allá de las obras ya mencionadas, es en *Apocalypse Now* donde más pensamos: por sus temas, por su trayectoria, por

supuesto, pero también, y quizá esto sea lo más alucinante, por la dimensión verdaderamente extraordinaria de una película que hará historia. • AXEL CADIEUX



1 Julio, 2025

58

SECCIÓN OFICIAL: CRÍTICA



FESTIVAL DE CANNES

Nouvelle Vague

UNA PELÍCULA DE
Richard Linklater

CON

Guillaume Marbeck, Zoey Deutch, Aubrey Dullin, Bruno Dreyfurst, Benjamin Clery.

ESTRENO

Estreno próximamente,
por Elástica Films

La historia detrás de los avatares del movimiento cinematográfico francés conocido como Nouvelle Vague, centrándose en el rodaje de la innovadora película de Jean-Luc Godard *Al final de la escapada*, en el verano de 1959.

Abiertamente nostálgico, alegre, bellamente anecdótico, el convite de Richard Linklater en el rodaje de *Al final de la escapada* es un momento de pura alegría cinéfila. Veinte días entre figuras legendarias, aparentemente renacidas, más allá de toda comparación, gracias a un reparto impecable. Movida del 59.

Si eres un espectador sintonizado con el caos del mundo contemporáneo, si eres alérgico a la nostalgia del cine de formato cuadrado y quieres tirarte al mar cada vez que alguien menciona *Jules y Jim*, Bazin o la verdad veinticuatro veces por segundo, si eres ese amigo que se niega a aceptar las postales de *Pauline en la playa*: ve por otro lado. Si no te gusta Godard, si no te gustan las películas de bandas (aparte), busca ayuda psicológica y busca el origen del trauma, pero, sobre todo, evita lo nuevo de Richard Linklater. Sí, se llama *Nouvelle Vague*, y aquí todo gira en torno a la epopeya crítica de la pandilla más carismática de la historia del cine: Rivette, Chabrol, Varda y *tutti quanti*. Más concretamente, girando en torno a Jean-

Luc Godard y sus icónicas gafas oscuras, la película se propone recorrer, casi día a día (aunque con ello ceda a una cierta linealidad), el tan iconoclasta rodaje de *Al final de la escapada*, filme mítico donde los haya, y sobre el que no hace falta haber estado en los humos sudorosos de la escuela de cine para saber que revolucionó su arte, liberando a generaciones de cineastas con su sentido del ritmo y su irreverencia.

Entonces, ¿funciona la magia? ¿Qué puede decir un cineasta texano como Linklater sobre un plató cuyas mil anécdotas bastarían para escribir un nuevo evangelio? Pretendiendo filmar a la manera de la obra maestra que relata, ¿logra Linklater transcribir su increíble creatividad? La respuesta es: obviamente no. Pero la otra respuesta es: ¿por qué debería hacerlo? «No es Truffaut, no es Chabrol...», se queja en la película el personaje de Jean Seberg de un Godard que la horroriza. Pues bien, *Nouvelle Vague* tampoco es Truffaut, Chabrol o Godard; es Linklater. No se desanime por su blanco y negro y su estilo sesentero (menos efectista

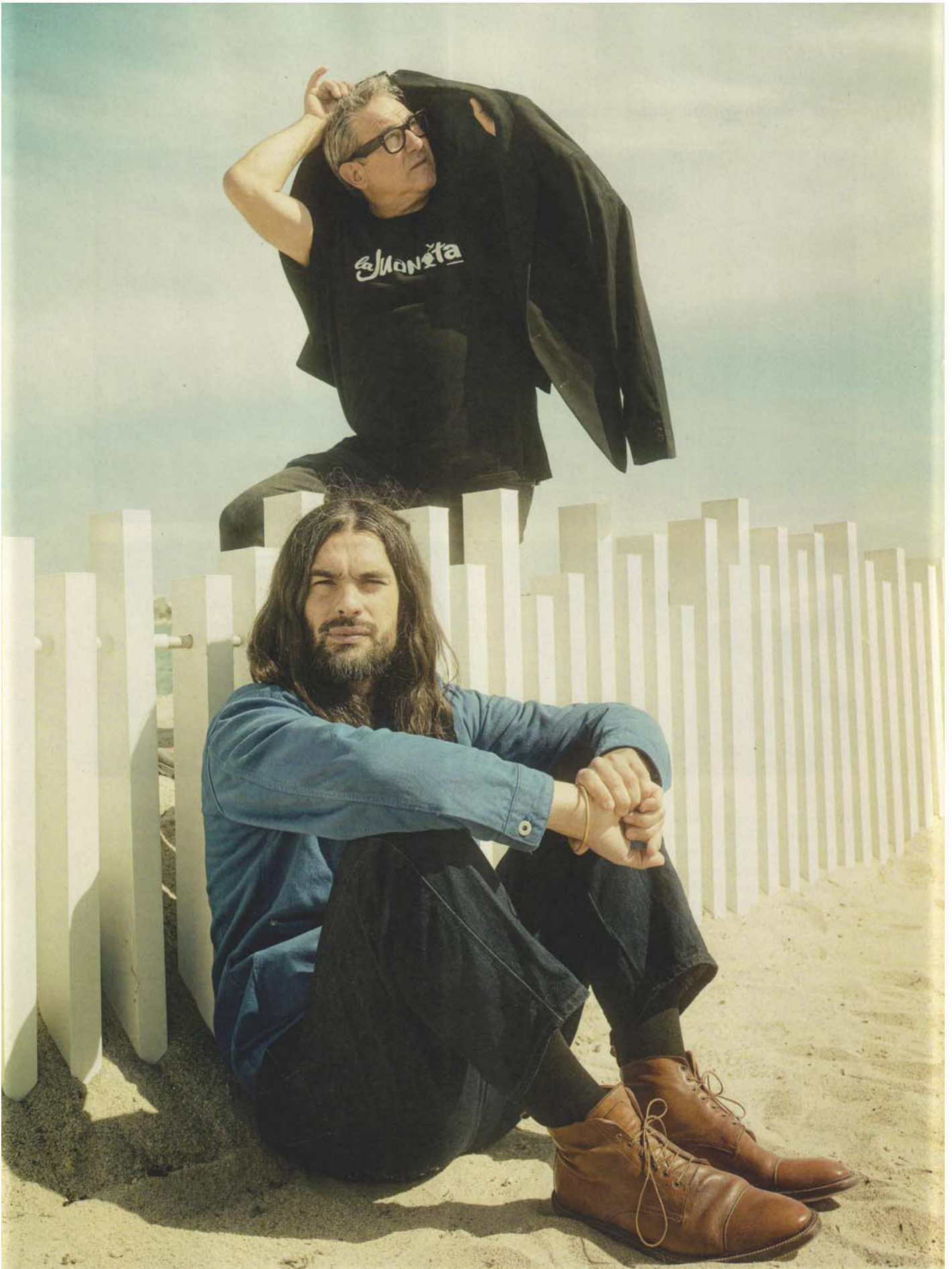


de lo que se podría temer). Aquí, los temas que puntúan la filmografía del director de *Slacker*, *Movida del 76* y la trilogía *Antes de* —el individuo dentro de una troupe, la cháchara como forma de vida, el desenfado como emancipación— se expresan en este *making of* soñado de *Al final de la escapada*. En otras palabras, Linklater no habla tanto de la Nouvelle Vague como de su Nouvelle Vague. Su Godard es sin duda más bromista que el de verdad, su Belmondó más pasivo, su Seberg más escéptica. Adaptando un trozo de cine, es la alegría sentida al descubrir *Al final de la escapada* lo que el cineasta logra en cada plano de esta película homenaje.

ANECDÓTICO EN EL SENTIDO NOBLE
 «O actúas o te callas», le dice Suzanne Schiffman a JLG al principio de la película, incitándole a actuar. Para Linklater, actuar significa hacer todo lo posible para no tener que callarse. Pero, si bien es cierto que es locuaz, el Godard retratado con gracia por Guillaume Marbeck no es menos activo. Sus movimientos y su *bartelbismo* puntúan el progreso de una cinta que contemplamos con una sonrisa tanto mayor cuanto que aquí todo es ligero, todo es gratuito. Anecdótica en el sentido más noble del término, *Nouvelle Vague* despliega con celo su programa: revivir durante un tiempo concentrado a figuras legendarias,

tanto más bellas por llevar el rostro de la virginidad. Es la mejor idea de la película: un reparto compuesto casi en su totalidad por desconocidos, y, por tanto, la impresión de descubrirlos por primera vez. Es un verdadero renacimiento, subrayado por un plano medio de cada nuevo personaje, mirando a la cámara como si dijera: sí, soy Jacques Rivette; sí, soy Raoul Coutard. Algunos acusarán a estos retratos de no ser más que cromos Panini de cinefilia. Por nuestra parte, aceptando el juego, se nos saltaron las lágrimas de alegría. •

BENJAMIN CATALIOTTI



El Blog de Cine Español (No lo encontré, lo creé)

Home » Taquilla » You are reading »

“SIRAT”, DE OLIVER LAXE, SOLO PIERDE UN 28 % DE ESPECTADORES EN SU SEXTO FIN DE SEMANA EN CINES

Redaccion July 14, 2025 Taquilla No Comment



“Sirat”, de Oliver Laxe, sigue sorprendiendo por su excelente mantenimiento y así en su sexto fin de semana en la cartelera solo cae un 28 % añadiendo 73.000 euros para un acumulado que se acerca a los 2,2 millones de euros. De este modo, tenemos que subir su previsión final de taquilla a los 2,5 millones de euros antes de la temporada de premios.

¿De qué va?

Un hombre (Sergi López) y su hijo (Bruno Núñez) llegan a una rave perdida en medio de las montañas del sur de Marruecos. Buscan a Mar, su hija y hermana, desaparecida hace meses en una de esas fiestas sin amanecer. Reparten su foto una y otra vez rodeados de música electrónica y un tipo de libertad que desconocen. Conocen a un grupo de raveros y deciden seguirlos a una última fiesta que se celebrará en el desierto, donde esperan encontrar a la joven desaparecida.

El tráiler:





DESDE LA TORRE de Guadalmesí, en la costa de Tarifa, es difícil distinguir la Isla de Perejil. En días claros, cuando el poniente despeja el horizonte en el Estrecho, sus menos de dos kilómetros cuadrados se confunden con la costa marroquí, de la que sólo le separan 200 metros. Es un pedazo de roca inútil, intrascendente. La última vez que hubo noticia de ella fue a principios de este año, cuando la Guardia Civil se acercó a inspeccionar cómo había llegado hasta allí un rebaño de una veintena de cabras. La anterior, hace ahora 23 años, acaparó durante una semana las portadas de medios nacionales e internacionales y estuvo a un tris de provocar una crisis de consecuencias impredecibles.

Las series de televisión, aunque sean documentales, se han convertido en la mejor manera de llegar a los públicos más diversos. *Perejil*, estrenada la semana pasada por *Movistar*, nos ha devuelto a un momento reciente de nuestra historia, tan olvidado como esa isla que nadie ha vuelto a pisar por mutuo acuerdo de los que en su día se pelearon por ella, España y Marruecos. Como en el revelador *Cacería implacable: Osama bin Laden*, emitido por *Netflix*, lo más interesante de este documental son los testimonios de los protagonistas reales de aquel conflicto. Dominan los de José María Aznar y Federico Trillo, ex ministro de Defensa, pero también son ilustrativos los del ex subsecretario del Departamento de Estado de EEUU



POR OTRA
 PARTE
**RAFAEL
 MOYANO**

Sin noticias del islote de Perejil

Richard Armitage, los de los ex ministros de Exteriores de ambos países, Ana Palacio y Mohamed Benaisa, y los del entonces director del CNI Jorge Dezcallar. De todos ellos, y de los de periodistas, analistas e, incluso, de militares españoles y marroquíes que estuvieron sobre el terreno, se puede concluir que rondamos un conflicto de mayores dimensiones en el que el papel de mediador de EEUU fue fundamental, sobre todo tras la *reconquista* del islote por parte de las tropas españolas.

Si en la memoria nos ha quedado la épica y grandilocuente frase de Trillo de «al alba y con tiempo duro de levante, con fuerte levante» –el propio ex ministro explica en la serie su origen–, para la reflexión nos queda el recordatorio de la fragilidad de los equilibrios en que vivimos. Un mundo, aún más convulso que entonces, en el que una chispa en un islote inhóspito entre el Atlántico y el Mediterráneo puede encender una mecha en un terreno, de por sí, presto a arder. Marruecos izó su bandera en lo más alto de la roca, España rindió a los invasores y colocó la suya y lo que no sabremos es hasta dónde hubiera llegado el conflicto si la única víctima mortal no hubiera sido la cabra que se comieron los legionarios. Hoy lo que importa es que esa «pequeña isla estúpida», como la describió el entonces secretario de Estado norteamericano Colin Powell, siga confundida con la costa como si no existiera. Pero también es importante que la historia se refresque para que nos siga dando lecciones.

POR OTRA PARTE

Sin noticias de la isla de Perejil

La invasión de una "pequeña isla estúpida" pudo provocar un conflicto de consecuencias impredecibles. La historia sigue dando lecciones



Soldados españoles, en la isla de Perejil en 2002. **EMILIO MORENATTIEFE**

Rafael Moyano Lunes, 14 julio 2025 - 15:57

Desde la torre de Guadalmesí, en la costa de Tarifa, es difícil distinguir la isla de Perejil. En días claros, cuando el poniente despeja el horizonte en el Estrecho, sus menos de dos kilómetros cuadrados se confunden con la costa marroquí, de la que sólo le separan 200 metros. Es un pedazo de roca inútil, intrascendente. La última vez que hubo noticia de ella fue a principios de este año, cuando la Guardia Civil se acercó a inspeccionar cómo había llegado hasta allí un rebaño de una veintena de cabras. **La anterior, hace ahora 23 años, acaparó durante una semana las portadas de medios nacionales e internacionales** y estuvo a un tris de provocar una crisis de consecuencias impredecibles.

Las series de televisión, aunque sean documentales, se han convertido en la mejor manera de llegar a los públicos más diversos. Perejil, estrenada la semana pasada por *Movistar Plus*, **nos ha devuelto a un momento reciente de nuestra historia,**

tan olvidado como esa isla que nadie ha vuelto a pisar por mutuo acuerdo de los que en su día se pelearon por ella, España y Marruecos. Como en el revelador *Cacería implacable: Osama bin Laden*, emitido por *Netflix*, lo más interesante de este documental son los testimonios de los protagonistas reales de aquel conflicto. Dominan los de José María Aznar y Federico Trillo, ministro de Defensa, pero también son ilustrativos los del subsecretario del Departamento de Estado de EEUU, Richard Armitage, los de los ministros de Exteriores de ambos países, Ana Palacio y Mohamed Benaisa, y los del director del CNI, Jorge Dezcallar. De todos ellos, y de los de periodistas, analistas e, incluso, de militares españoles y marroquíes que estuvieron sobre el terreno, se puede concluir que rondamos un conflicto de mayores dimensiones en el que el papel de mediador de EEUU fue fundamental, sobre todo tras la *reconquista* del islote por parte de las tropas españolas.

Si en la memoria nos ha quedado la épica y grandilocuente frase de Trillo de "al alba y con tiempo duro de levante, con fuerte levante" -el propio ministro explica en la serie su origen-, para la reflexión nos queda el recordatorio de la fragilidad de los equilibrios en que vivimos. Un mundo, aún más convulso que entonces, **en el que una chispa en un islote inhóspito entre el Atlántico y el Mediterráneo puede encender una mecha en un terreno**, de por sí, presto a arder. Marruecos izó su bandera en lo más alto de la roca, España rindió a los invasores y colocó la suya y lo que no sabremos es hasta donde hubiera llegado el conflicto si la única víctima mortal no hubiera sido la cabra que se comieron los legionarios. Hoy lo que importa es que esa "pequeña isla estúpida", como la describió el secretario de Estado norteamericano, Colin Powell, siga confundida con la costa como si no existiera, pero también la historia se refresque para que nos siga dando lecciones.



**DEIA - NOTICIAS DE GIPUZKOA - DIARIO NOTICIAS DE NAVARRA
- DIARIO DE NAVARRA**

Leiva estrenará un documental “muy íntimo” en otoño

‘Hasta que me quede sin voz’ reflejará sus problemas con sus cuerdas vocales en su gira de 2023 y la grabación de su último disco

Andrés Portero Bilbao | 14-07-25 | 11:34



Leiva estrenará su documental ‘Hasta que me quede sin voz’ en otoño Sony

Apenas hace un mes que Leiva actuó con gran éxito en el Bizkaia Arena del BEC de Barakaldo y hoy todavía sigue subido a los escenarios estatales en la gira de presentación de su último disco, Gigante (Sony). Sus seguidores podrán verlo en los cines el 24 de octubre, fecha de estreno de Hasta que me quede sin voz, un documental íntimo narrado por el músico madrileño que relata el problema que sufrió en una cuerda vocal en su gira anterior y la grabación de su último álbum.

El retrato más íntimo de Leiva. Así se anuncia esta película documental original de Movistar+ cuyo rodaje comenzó en Nueva York en septiembre de 2023 y que se estrenará el 24 de octubre. Distribuida por Sideral, posteriormente llegará en exclusiva a la citada plataforma.

Sin dejar de lado los abismos personales, Leiva narra en primera persona un retrato crudo y sin artificios de la espiral vital frenética que atravesaba en 2023, y concede un acceso insólito a su vida en la cúspide de su carrera. Un problema irreversible en una cuerda vocal desafía de manera constante el presente y el futuro de un Leiva que no concibe otra opción que seguir. De ahí el título de la película: Hasta que se quede sin voz.

La clave de la película es la batalla emocional a la que se enfrenta el compositor, guitarrista, cantante, productor y multi instrumentista para sobrellevar su problema de voz. Esta dolencia es el centro sobre el que gravita *Hasta que me quede sin voz*, una película narrada por el propio Leiva en primera persona y en la que no hay testimonios de nadie más.



leivaoficial_ 
573K seguidores

[Ver perfil](#)



[Ver más en Instagram](#)



28 792 Me gusta



Añade un comentario...



Producida por Blur, productora estrechamente ligada a su carrera desde sus primeros videoclips, muestra sin límites los desafíos del artista en la gira internacional de 2023, en la que presentaba su disco *Cuanto te muerdes el labio*, un trabajo de dúo femeninos compartido con cantantes como Zahara, Ximena Sariñana, Natalia Lafourcade, Gaby Moreno, Niña de Juan o la vasca Tulsa. Además, incorpora detalles de la grabación de su último trabajo, *Gigante*, entre 2024 y 2025, y la creación de la propia canción original de la película.

El documental, que narra decisiones vitales como su paso por el quirófano para combatir el problema en sus cuerdas vocales, es un viaje íntimo y crudo en el que sus seguidores conocerán las piedras angulares de su vida: un accidente que le marcó la vida en su adolescencia, sus comienzos, su barrio, sus amigos y familia, sus inicios con Pereza, el final de la banda y su reencuentro con Rubén Pozo. También mostrará la estrecha relación familiar y profesional con su íntimo amigo Joaquín Sabina, entre otros.

Gran éxito

Figura esencial de la música estatal desde hace dos décadas, Leiva se dio a conocer como integrante del dúo Pereza, en comandita con Pozo, antes de protagonizar una exitosa campaña en solitario. Es ya autor de más de 250 canciones, incluyendo música para proyectos cinematográficos, y ha publicado un total de 12 álbumes de estudio, que le han reportado varios Discos de Oro y Platino.

Puede alardear de poseer 2.2 millones de oyentes mensuales en Spotify y, además, cuenta con dos Premios Goya a Mejor Canción Original, entre otros importantes reconocimientos y nominaciones obtenidas a lo largo de sus más de 25 años de carrera.

PUCK



Apple Is Offering \$150 Million to Stream F1

With ESPN unwilling to match Tim Cook and Eddy Cue's offer, the U.S. rights to Formula One are almost certainly headed to Apple's streamer, trading cable TV's reach for Big Tech revenue. Here's hoping Cupertino will be a better, more creative, partner to F1 than it was to MLS.



Apple, a tech innovator whose devices already live in the pockets and purses of a majority of Americans, has undoubtedly already thought of more creative ways to help fuel interest in the sport. Photo: Clive Rose/Getty Images

Dylan Byers July 11, 2025

In recent days, here among the quaking aspens at the Allen & Co. conference in Sun Valley, Liberty Media C.E.O. Derek Chang took meetings with both Apple's Tim Cook and Eddy Cue, as well as Disney's Bob Iger and Jimmy Pitaro, to hear their respective visions for Formula 1's future in the United States—and, as importantly, how much each would be willing to pony up for domestic rights starting in 2026.

Cook and Cue offered Chang \$150 million per year for the rights, according to sources familiar with the offer—the lower end of the \$150 million to \$200 million range I reported earlier this week. Still, the offer remains far above the \$85 million to \$90 million that ESPN is currently paying per annum, and far beyond what ESPN offered to counter. In the wake of those conversations, I'm told, it now appears that Liberty Media is likely to accept Apple's offer, though a formal agreement has yet to be reached. I'm also reliably told that Apple and ESPN are the only suitors at the table.

While many anticipated that Liberty would go with a higher offer, it was not a foregone conclusion. As my partner John Ourand has noted in his own excellent analysis of these negotiations, Liberty has been forced to reckon with the "revenue-versus-relevance" quandary that has become a feature of all sports rights negotiations at this transitional moment in media distribution: Do you take more money from a new streamer like Apple TV+ and risk alienating casual fans who don't want to pay for the subscription, or take less money but maintain the reach and marketing power of ESPN across linear and digital?

The MLS Cautionary Tale

In that light, it's not hard to surmise the counter pitch that Iger and Pitaro made to Chang. Inevitably, they would have pointed to Apple's 10-year deal to acquire global streaming rights for Major League Soccer. Apple offered MLS commissioner Don Garber \$250 million per year on average, probably around 5x what ESPN might have been willing to offer. Apple even sweetened the deal by creating additional revenue-sharing incentives for Lionel Messi to bring him to MLS's Inter Miami, a move that seemed likely to fuel interest in the sport.

Understandably, it seems that Garber will bet on Apple's decade-long financial stability. And yet, while Messi's pink jersey has become nearly ubiquitous on school campuses on both coasts, the sport itself has lost visibility among casual fans who aren't willing to pay for yet another subscription. Apple also lacks the 24/7 hype machine that ESPN's studio shows provide. Indeed, for Messi fans, the delta between his talents and his visibility can feel tragic. Sure, some of that is inevitable given MLS's third-tier stature in the global sport, but wasn't the onus on Apple as global rights holder to help fix that?

In many ways, however, that's an imperfect comparison. With its MLS deal, Apple took global rights to a small domestic league that lives in the shadow of its European counterparts, and sought to test a new style of nearly monopolized rights ownership. With F1, Apple is vying for a small slice of a major global sport that already has passionate and engaged audiences around the world. So Apple can't "disappear" F1 with this deal—F1 also has its own subscription streaming platform, F1 TV, and a half-dozen broadcasters share rights across Europe—but it could conceivably diminish its prospects in the very market it most needs to grow.

The Brad Pitt Treatment

By Chang's own account, U.S. growth is a key consideration in the F1 media partnership. At a J.P. Morgan conference in May, he said F1 was "obviously looking for a partner that can help us continue to grow the fan base," noting that F1 was low in the pantheon of U.S. sports, and adding that "there's a lot of headroom, and it's up for us to go out and capitalize on that."

Presumably, that ambition is what has kept ESPN at the table until now, despite Chang's awareness that Iger and Pitaro would never be able to make up the financial delta with Apple. And yet Apple, a tech innovator whose devices already live in the pockets and purses of a majority of Americans, has undoubtedly already thought of more creative ways to help fuel interest in the sport. Its F1 film, which has grossed more than \$300 million, is arguably more powerful marketing for the sport than hours of SportsCenter analysis or sizzle-reel promos can ever hope to provide.

Even more intriguing was the experimental trailer Apple released for the film that incorporated haptics, which gave everyone with an iPhone a simulacra of the physical sensation of being in the race car. As my partner Julia Alexander has noted, an Apple-F1 partnership could involve other technology partnerships, like placing the custom camera system used for the film in actual F1 cars. One could imagine a 360-degree camera providing new experiences for Apple Vision Pro headsets, too. If casual fans in the U.S. begin to see F1 as not just another sporting event but also an immersive experience, it could grow interest considerably.

In any event, that seems to be where F1 is headed. Not for nothing, Cue himself is a passionate auto enthusiast who sits on the board of Ferrari. Cook had waved the flag in Austin, albeit awkwardly. There's ample reason to believe Apple will be far more proactive stewards of F1 than they've been of MLS.



Brad Pitt and Damson Idris in 'F1 The Movie' (Credit: Warner Bros/Apple Original Films)

PRO

Apple's Big Bet on Prestige Sports Content Is Paying Off | Charts

As racing drama "F1" celebrates a victorious box office lap, Parrot Analytics reports AppleTV+ soccer comedy "Ted Lasso" has generated more than \$500 million in global revenue since 2020



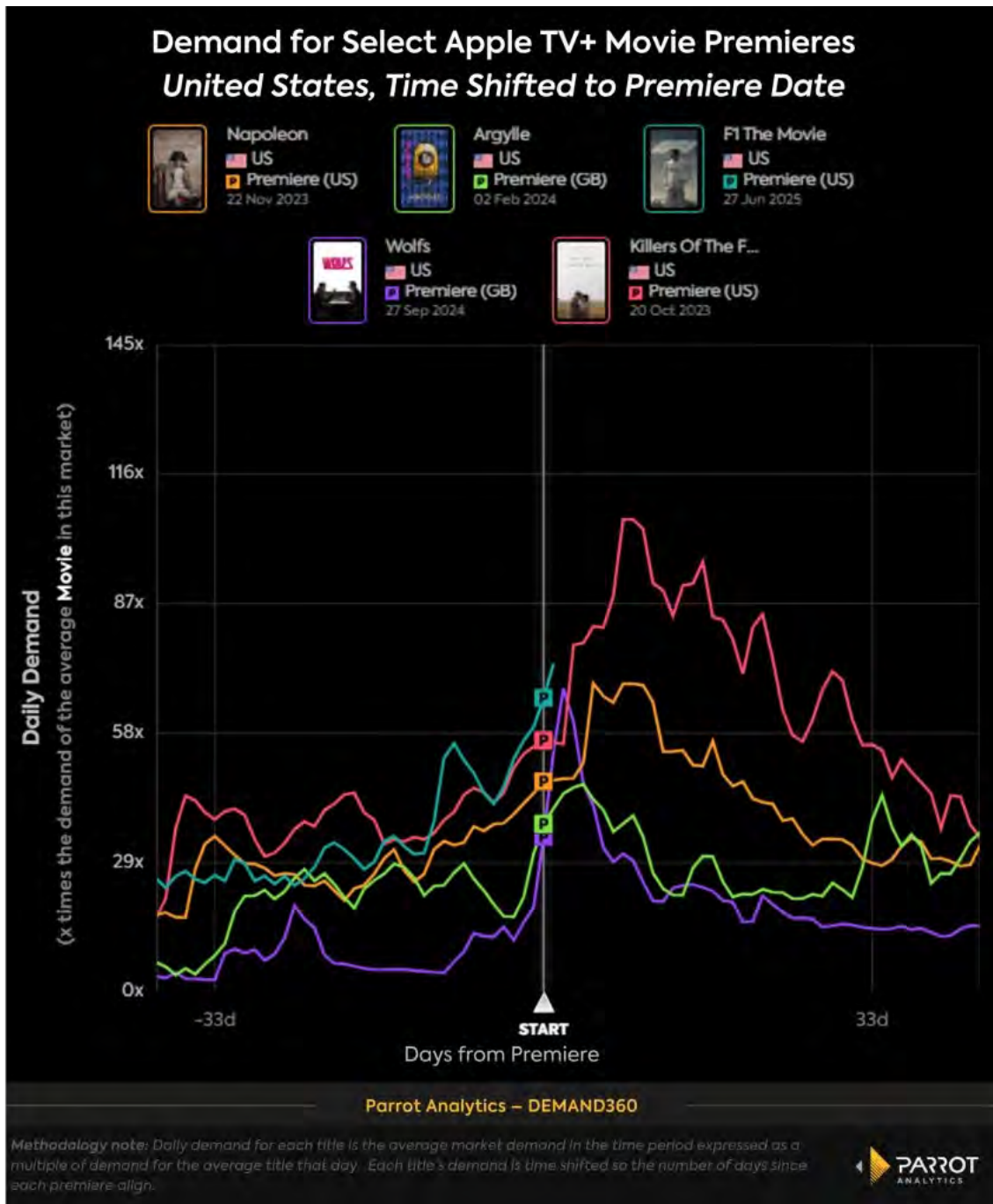
Christofer Hamilton

July 11, 2025 @ 12:14 PM

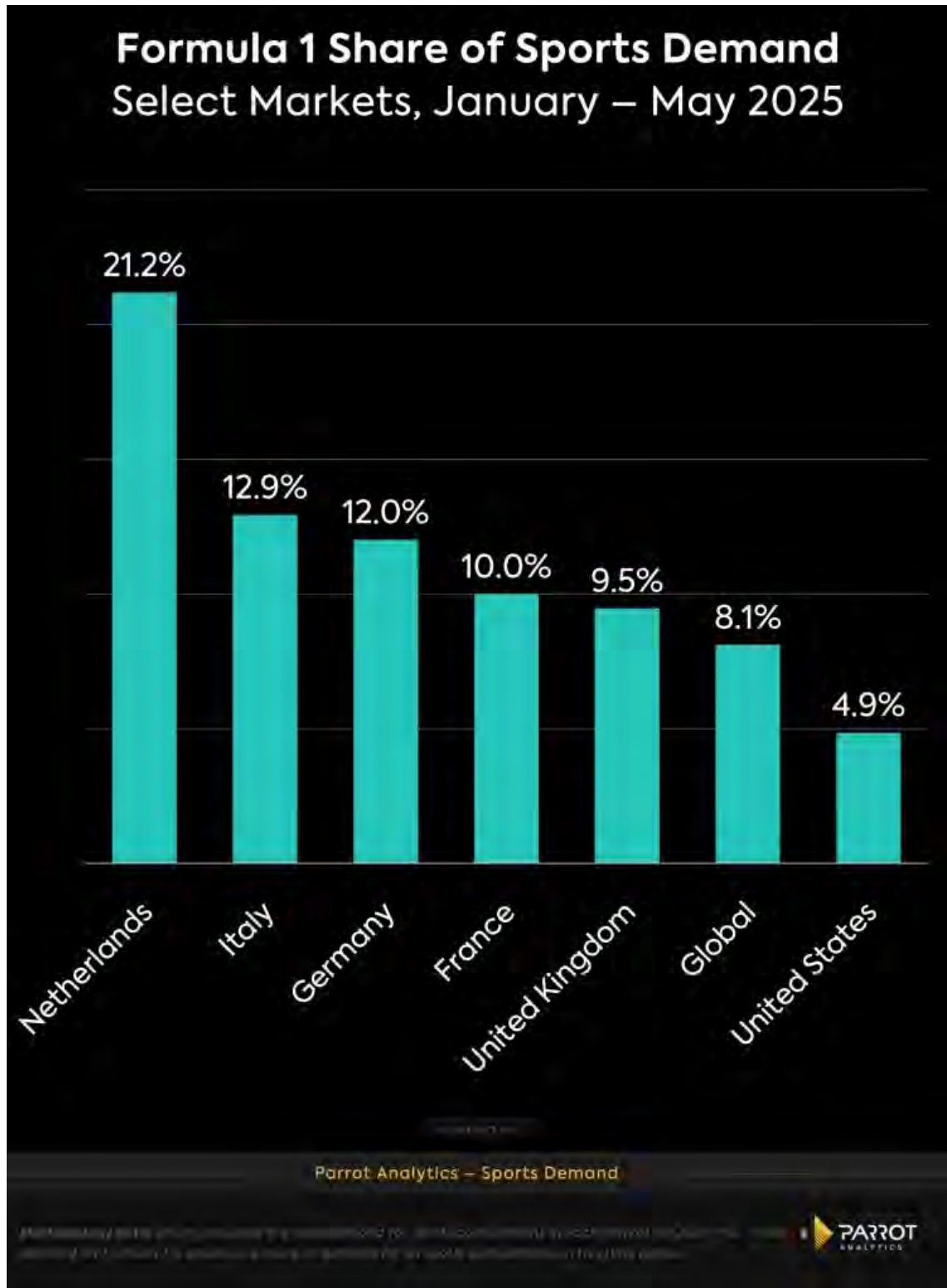


Apple's latest theatrical release, "F1: The Movie," recently became the company's first movie to top the box office in its opening weekend. Comparing this to other Apple movies, we can see how "F1" is leading other Apple releases in terms of U.S. demand. This is a promising signal for the film's prospects on Apple TV+ as well as Formula 1's global expansion potential.

In the days since premiering, “F1” outperformed recent Apple Original titles like “Napoleon,” “Killers of the Flower Moon” and “Argylle.” The U.S. was the market with the highest demand for this movie, which may be a surprise given the lack of traction the sport has with Americans. As an example, we can see this when looking at the hugely successful “Drive to Survive” on Netflix. So far this year, the U.S. doesn’t even rank in the Top 10 markets with the highest demand for this show. Something particular about this movie helped it to break through with Americans (Brad Pitt’s star power may have something to do with that).



The opportunity here goes beyond box office bragging rights. Formula 1 remains a niche sport in the US, accounting for just 4.9% of total sports demand so far this year – far behind countries like the Netherlands (21.2%), Italy (12.9%), and Germany (12.0%), according to Parrot Analytics’ Sports Demand. Globally, F1 commands 8.1% of all demand for sports competitions, underscoring the growth potential in the U.S. market.



There's a clear precedent for sports-adjacent content becoming a major growth engine. "Drive to Survive" helped introduce Formula 1 to US audiences and has been a hit with Netflix, generating over \$300 million in global streaming revenue to date, with over \$140 million coming from the US and Canada alone.

Apple appears to be taking a similar long-view approach. Its recent content investments include a multi-year deal with Major League Soccer and "Onside," a docuseries about MLS. In 2024, Apple TV+ had the highest share of its catalog dedicated to sports docuseries among major streamers, signaling a strategic commitment to this genre.

The embrace of sports-adjacent content isn't new to Apple. "Ted Lasso," its breakout hit and sly commentary on Americans' unfamiliarity with soccer (football to everyone outside of the US), has become a cornerstone of its streaming business. Since 2020, our Streaming Economics model calculates that the show has generated over \$500 million in global streaming revenue for the platform.

With "F1," Apple isn't just releasing another star-driven film; it is making a calculated bet on the power of sports storytelling to grow fandom in key markets. The early success of the movie, coupled with Apple's broader investment in sports-themed content, signals a deliberate strategy: use prestige entertainment to pull niche sports further into the mainstream. If the trajectory of "Drive to Survive" is any indication, "F1" could mark the starting line for a much larger cultural and commercial play.

2Playbook

Brasil: Globo recupera la F1 con la oferta más baja y la OTT de un streamer emitirá el Mundial 2026

CazéTV, que ya ha emitido el Mundial de Clubes y algunos partidos del Mundial de Qatar 2022, ofrecerá los 104 partidos en abierto en YouTube. Por otro lado, Globo recupera los derechos de la F1 hasta 2028 con una oferta de 8 millones de dólares anuales.



2Playbook 14 de julio de 2025

Las propiedades deportivas apuran el último mes para anunciar a sus nuevos socios audiovisuales para las próximas temporadas. En Brasil se han producido dos movimientos de calado, especialmente relevantes en un país que aspira a ser la sede de algunos de los principales eventos a nivel mundial en los próximos años. Por un lado, la Fórmula 1 elige a Globo como nuevo socio audiovisual hasta 2028, a pesar de ser la oferta más baja.

Globo ha tenido los derechos de la F1 durante 40 años, hasta que en 2021 se cambió a Band. La oferta de Globo, de 8 millones de dólares anuales, según el medio UOL, está por debajo de los 10 millones que ofrecía Band, y de los 13 millones de Record. Liberty Media, dueño de la F1, habría elegido la opción de Globo con el compromiso de emitir menos carreras en abierto.

Por otro lado, CazéTV, la plataforma de streaming fundada por el creador de contenido local Casimiro Miguel, emitirá los 104 partidos del Mundial 2026 de Fifa. Lo hará en abierto en YouTube, junto con contenido exclusivo y diario enfocado a nuevas generaciones. Miguel estará al frente de las retransmisiones para capitalizar su audiencia y seguidores.

CazéTV ya emitió algunos encuentros del Mundial de Qatar 2022, el Mundial femenino de Australia 2023 y el reciente Mundial de Clubes. En este último torneo ha compartido retransmisiones con Prime Video y SamsungTV+. El nuevo acuerdo para el Mundial de selecciones no es exclusivo, ya que Globo tiene asegurados al menos 52 partidos.



Ligue1+ unveiled: pricing, distribution, presentation

By [Stuart Thomson](#) July 11, 2025

Ligue 1+ is the name of the new French football TV service to be launched in August, with distribution deals lined up with DAZN, Orange, Free, SFR and Bouygues Telecom.

The much-hyped monthly price of €14.99 will, as reported earlier, apply to those signing up for a contract – in this case, 12 months. Those aged under 26 will benefit from the trailed discount rate of €9.99 even if they don't commit to a year – but only for direct access via mobile, tablet and the web (third-party distribution deals presumably don't come that cheap). For those over 26 unwilling to commit to a full year, the price goes up to €19.99.

The €14.99 with contract and €19.99 without contract prices are for two simultaneous users. An option to pay €14.99 for one user without a contract with access only on mobile or tablet is also available.

At a presentation yesterday, LFP Médias president Nicolas de Tavernost told attendees that the annual cost of producing the channel will be in the region of €66m. The LFP says the service needs to attract a minimum of one million subscribers during the first season to achieve its objectives.

Distribution

De Tavernost said that the service would be distributed by Orange and Free as well as SFR, Bouygues Telecom and DAZN. The LFP has indicated that it is in touch with other streamers, and it will also be available direct as an OTT service. Notable by its absence from the list of distribution partners is Canal+, which has already said it will not distribute the offering. Canal+ chief Maxime Saada had indicated that the pay TV operator believed the price of €20 (in practice the price without a contract commitment now that the full details have been released) was too high to attract subscribers.

Speaking on RMC's After Foot show, responding to comments by journalist Daniel Rioja that were highly critical of Canal+, De Tavernost held out an olive branch, describing Saada as "a great professional", adding that he could not imagine Canal+ betting on the failure of French football and that he still had "high hopes" or a rapprochement.

The Ligue de football professionnel (LFP)-owned Ligue 1+ service, to be produced by Mediawan, will kick off with the match between Nantes and PSG on August 17, to be broadcast in the clear.

The presenting team on the channel will be led by journalists Xavier Domergue, Thibault Le Rol, Marina Lorenzo, Smaïl Bouabdellah, Sébastien Dupuis and Lesly Boitrelle.



15 Julio, 2025

Nueva era en el Espanyol

Alan Pace, dueño del Burnley inglés, compra el club por 130 millones de euros



NATHAN STIRK / GETTY

El americano Alan Pace, dueño de Velocity Sport Limited, será el nuevo propietario del club blanquiazul

ROBERTO RODRÍGUEZ
 Barcelona

Nueve años. Eso ha durado la aventura china en el Espanyol. Casi una década ha permanecido en manos de Chen Yansheng el club perico. Una clasificación europea elevó las expectativas al poco de llegar, pero dos descensos –y sendos ascensos– desgastaron a la propiedad asiática sobremanera, muy criticada en los últimos tiempos por la masa social por su poca inversión. A partir de ahora comienza una nueva era en la que el propietario será el estadounidense Alan Pace, con experiencia en el mundo del fútbol al ser propietario desde el 2020 del Burnley, recién ascendido a la Premier League inglesa. El empresario compra el club a través de la sociedad Velocity Sport Limited, filial deportiva del grupo ALK Capital, de la que es el máximo accionista.

Han tenido que pasar decenas de ofertas y varias negociaciones a lo largo de los últimos años para que Chen Yansheng se convenciese de vender. Y finalmente lo hace en una operación repleta de excepciones. El

dirigente chino vende el club pero no deja el mercado futbolístico del todo, pues a través de una operación de integración empresarial, Rastar adquiere parte del capital social de VSL. Un acuerdo este que no evita que Pace sea el máximo mandatario, aun está por ver quién será el nuevo presidente del Espanyol, y que Chen Yansheng sea ya historia en el club.

De momento no hay cifras oficiales ni plazos establecidos, pues según el comunicado emitido por el Espanyol se trata de

un acuerdo en el que restan por resolverse “los trámites administrativos”. Estos podrían dilatarse varios meses hasta que la venta sea definitiva. Según el portal especializado *2Playbook*, la operación se habría cifrado en 130 millones de euros. El grupo chino traspa su 99,66% de capital social en el club perico en un canje que incluye el pago inmediato de 65 millones de euros en efectivo y una participación del 16,45% de acciones de VSL, valoradas también en 65 millones. Este aspecto de la negocia-

ción habría sido fundamental para que Chen haya accedido a rebajar la valoración del club, cuyo valor de mercado es actualmente de 155 millones de euros.

En el acuerdo se establece también que Rastar podrá hacer caja con el 16,45% de acciones de VSL que ahora adquiere en dos ventanas de entre 2 y 5 años y con una revalorización adicional. En concreto, Chen podrá vender el 6,33% a Velocity por 25 millones más un 5% anual, lo que podría situar la cifra en 27,5 millones. El resto podrá ser vendido a ALK

Capital, el grupo matriz, en un plazo de cinco años, con un interés anual del 6%, por lo que podría sumar otros 53,5 millones.

Sumando todas las cifras, Chen Yansheng podría llegar a recibir 146 millones de euros por la venta del club, frente a los 240 millones que pagó hace nueve años por adquirirlo.

De este modo, Rastar se integrará como accionista de este

Rastar Group recibirá 65 millones de euros en efectivo y el 16,45% del capital social de la sociedad VSL

Tanto el Espanyol como el Burnley estarán al mismo nivel en la compañía y serán independientes

holding de capital británico y estadounidense, y participará de una alianza estratégica. Según el comunicado del club: “El RCD Espanyol, de esta forma, se situará al mismo nivel que el Burnley FC, único club de este grupo hasta ahora. Ambos conjuntos se mantendrán de forma independiente pese a formar parte de este grupo de inversión, que ha ampliado sus intereses al poder contar con un club en la máxima categoría de *LaLiga* y otro de la Premier”.

En el comunicado se añade que “Rastar no se desvincula del RCD Espanyol, sino que sus acciones pasan a formar parte de este nuevo vehículo inversor que tendrá participación en los dos clubs”. Igualmente, el grupo espera que este paso adelante en la gestión permita “fortalecer tanto la estructura económica como la deportiva del RCD Espanyol”.

La etapa de Chen Yansheng llega a su fin en el Espanyol, al menos en el primer plano, pero en la parcela deportiva no se prevén cambios a corto y medio plazo. Por el momento, tanto Fran Garagarza como Manolo González seguirán al frente de la parcela deportiva del club y trabajando en reforzar la plantilla para la próxima temporada, toda vez que hace apenas unas semanas Rastar implementó una última ampliación de capital de 32 millones de euros que permite al club volver a la regla 1.1 del *fair play* financiero.

2Playbook

LK Capital: ¿quién hay detrás del fondo que ha comprado el RCD Espanyol por 130 millones?

El nuevo propietario del club de LaLiga EA Sports controla el Burnley y colabora con el Dundee FC, ambos en las islas británicas. Alan Pace, su fundador, fue el director general de Lehman Brothers y presidente interino del Real Salt Lake de la MLS.



Alan Pace Burnley

Roger Requena 14 de julio de 2025

El RCD Espanyol cambia de dueño tras casi una década con Rastar Group. El club de LaLiga EA Sports pasará a formar parte de un nuevo grupo del que también formará parte el Burnley FC de la Premier League, después de que el grupo presidido por Chen Yansheng haya alcanzado un acuerdo con Velocity Sport Limited (VSL) para vender su 99,66%. La operación valora el equipo blanquiazul en 130 millones de euros. Pero, ¿quién hay detrás del holding que pasará a dirigir el equipo perico a partir de ahora?

Velocity Sport Limited es la rama deportiva de ALK Capital, fondo de inversión con sede en Nueva York especializado en la adquisición y gestión de activos en deportes, medios de comunicación, entretenimiento y tecnología. Sus siglas, ALK Capital, responden a las iniciales de las tres hijas de su fundador y máximo responsable, Alan Pace, empresario estadounidense con más de dos décadas de experiencia en Wall Street y más de una década vinculado a la gestión y consultoría deportiva.

Licenciado en Administración por la Universidad de California y MBA por la Universidad de Navarra, se aficionó al fútbol durante su estancia en España, cuando asistió en 1992 a un Clásico entre FC Barcelona y Real Madrid disputado en el Camp Nou. "Basta con ir una vez para entender lo que realmente es el fútbol", comentó años más tarde, recordando su iniciación futbolística.

Pace fue director general de Lehman Brothers durante doce años, entre 1994 y 2006, dos años antes de la crisis que provocó su quiebra en 2008. Dejó la compañía para ejercer como presidente interino del Real Salt Lake, club que acababa de irrumpir en MLS en 2004. Tras esa primera etapa en el soccer, volvió al mundo financiero para ejercer como CEO de Citicorp Securities Services. En esa etapa, que duró doce años, ocupó diferentes funciones vinculadas a las finanzas, la experiencia del cliente o las ventas de servicios para inversores.

Aquella experiencia, y la fortuna acumulada, le permitieron dejar el Citigroup para lanzar su propio vehículo inversor. Así fundó ALK Capital, firma de la que es socio director. El empresario también fue socio de SCP Worldwide, dueño de propiedades deportivas, de entretenimiento y medios.

A finales de 2020 lideró la compra del 84% del Burnley FC de la Premier League, en una operación que se valoró en más de 170 millones de libras (196 millones de euros). Hoy, en el marco de esta transacción, el conjunto inglés ya vale 265 millones. Con él, los Clarets consiguieron dos ascensos a la Premier League la temporada posterior al descenso. A principios de 2024, el fondo acordó una asociación con Football Partners Scotland, propietario del Dundee FC, para cultivar y promover el desarrollo de jóvenes jugadores entre los dos clubes.

Inversiones en startups tecnológicas

Pero no sólo del fútbol vive ALK Capital. En 2023, el fondo también invirtió en dos start-ups tecnológicas británicas como AiScout y Player Lens, enfocadas a transformar el scouting a través de inteligencia artificial y analítica predictiva. Ambas plataformas nacieron con el objetivo de identificar talentos y desarrollar jugadores mediante tecnología de vanguardia.

“La pandemia de COVID-19 ha acelerado la necesidad del fútbol profesional de adoptar nuevas tecnologías y soluciones digitales, especialmente en áreas como la búsqueda de talento y el reclutamiento, que anteriormente dependían de la mano de obra humana y de las formas tradicionales de comunicación y negociación”, explicó Pace tras la operación.

El fondo también tiene participaciones en otras compañías como Rezzil, especializada en el desarrollo de experiencias para aficionados basadas en realidad inmersiva.

15 Julio, 2025

Un Mundial con luces y sombras

La buena asistencia a los estadios y las audiencias masivas en Sudamérica chocan con otros peros: la escasa promoción del torneo y un calor insoportable

LADISLAO J. MOÑINO
Nueva York

La imagen de Donald Trump engullido por una montonera de camisetas azules al no abandonar el podio en el que entregó el trofeo al capitán del Chelsea Reece James cerró la primera edición del millonario Mundial de Clubes celebrado en Estados Unidos. "Me dijeron que iba a entregar el trofeo y luego salir del escenario. Pensé que se iba a ir, pero quería quedarse", relataba el capitán del Chelsea en la zona mixta, todavía un tanto anonadado en la zona mixta del MetLife Stadium de Nueva Jersey por el episodio que vivió con el controvertido presidente norteamericano. Este también protagonizó el registro sonoro de la final con los abucheos y silbidos que escuchó cuando hizo acto de presencia junto a su esposa Melania y el presidente de la FIFA, Gianni Infantino.

El torneo medía la competencia deportiva de los potentados clubes de Europa frente al resto del mundo, en especial con su clásico rival, Sudamérica, la capacidad organizativa de Estados Unidos con vistas a la Copa del Mundo del próximo verano y el calado mundial y local de una competición novedosa y agendada al final de la temporada para los clubes del norte. La FIFA e Infantino se muestran satisfechos en general de la implantación y del impacto del Mundial de Clubes, pero son conscientes de la necesidad de mejoras, tanto en la logística como en la mera organización deportiva. La asistencia media a los partidos ha sido de 39.547 de espectadores. El

promedio es solo superado por la Premier League. El total de aficionados que han acudido a los estadios es de 2.491.462. La final fue el partido con más asistencia con 81.118 espectadores y el de menos billeteaje el Mamelodi (Sudáfrica) ante el Ulsan (Corea del Sur) con 3.412 asistentes. El soccer aún está muy lejos del fútbol americano, del béisbol y del baloncesto, pero ha abierto nicho. En Seattle, uno de sus grandes caladeros, las televisiones repletas por una amplia cerveza puede servir de fotografía: había doce pantallas de tamaño

medio y en ocho de ellas se seguía el partido entre el Inter de Miami y el Palmeiras, pero en las otras cuatro y en la gigante que presidía el establecimiento estaba puesto el béisbol. A la clandestinidad del torneo entre gran parte la población nativa ha contribuido la ausencia de publicidad en las calles y de mercadotecnia. Fuentes de la organización señalan que "la inversión en publicitar el torneo en las ciudades ha sido escasa porque los clubes solicitaron reducir esos gastos para incrementar la bolsa de premios".

La FIFA temía la imagen de los

grandes coliseos estadounidenses con excesivo cemento. El organismo que rige el fútbol tenía asumido que en la primera fase esa estampa se vería, pero los llenos en la mayoría de las rondas han colmado su objetivo. La FIFA tuvo que corregir la política de precios, abaratándolos, porque los iniciales eran muy elevados, principalmente para las clases menos pudientes de las comunidades latinoamericanas y asiáticas, las más entusiastas.

El Real Madrid y el Inter de Miami de Messi han sido los mayores ganchos del torneo. Los

partidos de ambos clubes fueron los únicos que garantizaron desde el principio el cartel de todo vendido. Las audiencias televisivas no se conocen por la política de privacidad que sigue Dazn, pero este periódico ha podido saber de fuentes de la plataforma que en toda Sudamérica y México el seguimiento ha sido masivo y ha colmado sus aspiraciones de penetración en un mercado en el que era prácticamente anónima. En España, las audiencias bajan respecto a las del otro lado del charco al no haberse retransmitido por un canal convencional de televisión. "Lo más revolucionario del torneo es que los derechos de televisión se vendieron por 1.000 millones de dólares por 63 partidos y lo han podido ver millones de aficionados por streaming gratis", aseguró un eufórico Infantino en el hall de la Trump Tower. El escenario elegido para el balance del torneo



Estadio de New Jersey durante la ceremonia previa a la final del Mundial. ÁNGEL COLMENARES (EFE)



15 Julio, 2025

por el mandamás de la FIFA, uno de los símbolos arquitectónicos del liberalismo económico, de lata en las esferas en las que se mueve la industria del fútbol para incrementar ingresos. En estos momentos, la gran favorita para organizar la segunda edición del Mundial de Clubes es Qatar.

Las altas temperaturas y la humedad en los partidos de las doce del mediodía y las tres de la tarde en sedes como Miami o Los Ángeles generaron quejas de algunos jugadores desde el primer momento. “Es imposible. Es un calor terrible, las uñas me dolían. No podía frenar y arrancar”, lamentó Marcos Llorente en el primer encuentro del Atlético disputado en Los Ángeles ante el PSG. “El otro día me mareé un poco y me tuve que tirar al piso. Es muy peligroso jugar con estas temperaturas”, apuntó el volante del Chelsea Enzo Fernández tras la semifinal.

También las tormentas vera-

posibles en estadios cerrados por completo como el de Atlanta.

La seguridad también tuvo su protagonismo al coincidir la primera semana del torneo con las protestas en el *downtown* de Los Ángeles contra la política migratoria de la Administración Trump. El Atlético estuvo alojado a escasos metros de los altercados de los vándalos que aprovecharon las manifestaciones para el saqueo de comercios. La alcaldesa de la ciudad decretó el toque de queda entre las ocho de la tarde y las seis de la mañana. El asunto preocupó a la FIFA, que llegó a cambiar los horarios y la sede de la primera rueda de prensa de Simeone y Luis Enrique por motivos de seguridad.

En lo deportivo, los clubes europeos no han arrasado tanto como se esperaba, pero coparon la final con el Chelsea y el PSG y tres de los cuatro semifinalistas contando con el Real Madrid. Las eliminaciones del Atlético de Madrid en la primera fase, del Inter de Milán en octavos ante el Fluminense y del Manchester City en cuartos de final ante el Al-Hilal saudí han sido las grandes campañas de la competición. El Fluminense brasileño, con su excéntrico y atrevido entrenador Renato Gaúcho a la cabeza, sostuvo la bandera del fútbol sudamericano hasta la penúltima ronda. Argentina sale perdedora frente a su eterno rival Brasil. Los dos grandes clubes argentinos, Boca Juniors y River Plate no pasaron de la primera fase. Su consuelo fue que sus hinchadas fueron las más numerosas y ruidosas.

En un torneo marcado por la bolsa de 1.000 millones de euros en premios como principal gancho para atraer a los clubes, el músculo financiero ha marcado el paso. El vencedor Chelsea, que se ha embolsado un botín de unos 105 millones de euros, tiene como propietario a Clearlake Capital, uno de los fondos de capital riesgo con mayor capacidad de acción.

El dato

39.547

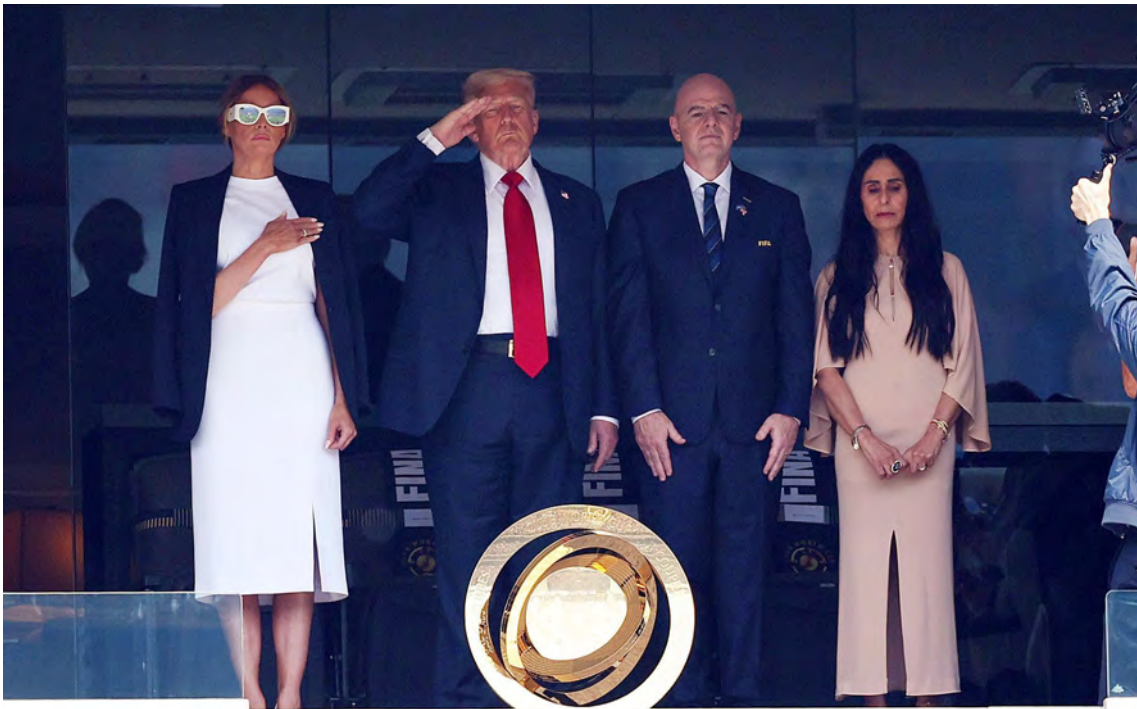
espectadores han asistido de media a los partidos en el torneo en Estados Unidos. El promedio es solo superado por la Premier League. La final fue el partido con más asistencia: 81.118. El total de aficionados en los estadios ha sido de 2.491.462.

niegas con aparato eléctrico han tenido incidencia en el torneo: provocaron retrasos o interrupciones en cinco partidos. La ley determina que si se registra actividad eléctrica a menos de 13 kilómetros del estadio, la actividad debe detenerse durante 30 minutos o hasta que se produzca otro episodio. El plan de la FIFA con vistas a la Copa del Mundo es cargar el mayor número de partidos

FÚTBOL

Los contrastes del Mundial de clubes: contrato de televisión "revolucionario", de 3.000 a 70.000 espectadores y audiencias lejos del fútbol de selecciones

El torneo termina con críticas por el calor o la baja asistencia de la primera fase, pero con mucho ambiente en su fase final y desafiando a la Champions: "Ya es la competición de clubes más valiosa del mundo", dice Infantino.



Donald Trump y Gianni Infantino, durante la final AFP

Abraham P. Romero Nueva York

Actualizado Lunes, 14 julio 2025 - 21:28

El Mundial de clubes puso el domingo punto y final a su primera gran edición, tan revolucionaria como criticada. El Supermundial, nunca más Mundialito, terminó algo lejos de los datos del último Mundial de Qatar o de la Eurocopa, confirmando que el fútbol de selecciones sigue generando una pasión global imposible de igualar por los clubes, pero sentó las bases, eso sí, de un torneo que parece haber llegado para quedarse.

«Hemos generado ingresos de más de 2.000 millones. 31 millones por partido. No hay otra competición de clubes que se acerque a eso», clamaba Gianni Infantino en un desayuno con la prensa en la Torre Trump antes de la final, elogiando su idea y situándose de nuevo en la trinchera contra la UEFA, la verdadera y constante guerra del fútbol mundial. «La gente tiene que aceptar que el fútbol es nacional, continental e internacional y cada uno tiene su lugar en el calendario», insistió. Mensaje claro, sencillo y directo. Este Mundial es la 'Superliga' de la FIFA.

En lo deportivo, el torneo ha celebrado más de tres goles por partido y ha tenido decepciones (Atlético o Manchester City) y sorpresas (Fluminense o Al Hilal). Lo normal. Y en la grada ha sido un Mundial de contrastes. La media de espectadores rozará los 45.000 y de ocupación el 60%, viviendo alguna situación incómoda en la fase de grupos, como los 3.412 aficionados que acudieron al Mamelodi-Ulsan en Orlando, otras de éxtasis futbolístico con los fans sudamericanos, grandes agitadores, y con el Madrid, equipo con mayor seguimiento; y creciendo en la fase final con los encuentros celebrados en los estadios colosos de Philadelphia, Atlanta y especialmente el MetLife de Nueva Jersey.

"Gratis para todo el mundo"

Desde cuartos de final, y quitando el Fluminense-Al Hilal (43.000), la media de espectadores en los estadios ha sido de 70.800 aficionados, con 77.452 en el PSG-Madrid y 81.000 en la final, rozando el lleno, casi imposible, pero eso a la FIFA le da igual, aunque se hayan visto huecos en la grada durante el torneo. «Prefiero 40.000 personas en un estadio de 80.000 que 30.000 en uno de 30.000», explicó Infantino, sacando pecho de los 80.000 del PSG-Atlético del Rose Bowl: «Ninguna liga de clubes reúne a más de 40.000 en todos los partidos, sólo la Premier».

En la Eurocopa de Alemania, por ejemplo, la media del torneo fue de 51.939, pero los estadios también eran más pequeños. La final de Berlín entre España e Inglaterra congregó a 65.600 en un estadio con capacidad para 74.000 y el encuentro con más aficionados fue el Países Bajos - Turquía de cuartos (70.091). En Qatar, la asistencia media fue de 53.191 con los 89.000 de Lusail como hervidero en los últimos partidos.

Es decir, el Mundial de clubes ha estado por debajo en el promedio general de asistencia, pero ha peleado en su fase final. Otra cosa son las televisiones. «Decían que no tendríamos acuerdo de televisión y finalmente conseguimos uno revolucionario con DAZN, ofreciendo el fútbol gratis para todo el mundo», declaró

Infantino. En España, además de DAZN, Telecinco ha dado el partido más importante de cada día y las cifras, dominadoras de su franja, han quedado lejos de los torneos de selecciones o de los clásicos entre Madrid y Barça.



Cole Palmer, con el trofeo del Mundial en el MetLife Stadium.

Los partidos del Madrid han tenido una audiencia media de 3,4 millones y un 31% de share, mientras que los de la selección en Alemania se fueron hasta los 8,9 y 63,3%, la final de última Copa a 8,7 y 59% y la final de la Supercopa a 6,5 y 49,8%. Todo en abierto. Los blancos venden, pero no tanto como cuando se enfrentan a su eterno rival ni como la selección en un torneo grande. Suena lógico. El Mundial de clubes, eso sí, mejora en audiencia a la Intercontinental (1,9 y 22% ante Pachuca en abierto) y supera por poco al último 'Mundialito' madridista, ganado ante el Al Hilal a principios de 2023 (3,3 millones y 25%). También supera a la final de la Champions: 2.957.000 espectadores con un 28,3% de share para el Chelsea - PSG frente al 2.641.000 y el 26,3% del PSG - Inter.

En el césped, mucho debate con el calor y las tormentas, «pero en el 94 también jugábamos así y no pasada nada», clamaban este fin de semana Hristo Stoichkov y Roberto Baggio. «En los Juegos de París también se jugaba durante el día», se defendía Infantino, que recordó que en 2026 cinco de los 16 estadios tendrán techo.

De los 1.000 millones de premio, el PSG y el Chelsea se llevan más de 100 cada uno y el Madrid 74 por sus semifinales, un bote más grande que el que reparte la Champions por más partidos. «Dicen que perdíamos dinero o que nos quedábamos con algo. No. Todo se ha distribuido. Ya es la competición de clubes más valiosa del mundo», insiste Infantino en otro mensaje hacia la UEFA de Ceferin. «La era dorada del fútbol de clubes ha comenzado», finalizó.



El Mundial de Clubes no cautivó a la afición e indignó a las grandes ligas

El negocio de Infantino y Trump dejó muchas más sombras que luces y evidenció que tanto la FIFA como Estados Unidos tienen mucho que corregir

IGNACIO TYLKO
 COLPISA

Si el Mundial de Clubes pretendió ser un ensayo de la Copa del Mundo de selecciones que coorganizarán el verano próximo EE. UU., México y Canadá, apañada está la FIFA, que debe hacérselo mirar. Esperpéntico también el teatro montado por Donald Trump. El presidente de Estados Unidos quiso ser tan protagonista en la final que, tras los actos protocolarios de entrega de trofeos, se quedó, literalmente, en medio del grupo de jugadores del Chelsea mientras los londinenses levantaban el trofeo. Figura clave en este negocio y muy bien relacionado con Infantino, Trump atrajo todas las miradas y dejó estupefactos a los jugadores del club inglés que celebraban el primer título mundial sobre el césped del MetLife Stadium de Nueva Jersey.

MÚSCULO ECONÓMICO
Retorno de 2.000 millones, del que la mitad va a los clubes
 Infantino abrió un melón en visperas de la final al calificar de «éxito» el campeonato e incidir, ante la polémica del calendario, en que los futbolistas y técnicos le dicen que «prefieren jugar y no entrenar». El presidente de la FIFA elogió el apoyo de Trump, reveló que el Mundial ha generado 2.100 millones y repartido más de 1.000 millones entre los 32 participantes. «La era de la edad de oro ha empezado, este Mundial ha sido un enorme, enorme éxito», enfatizó el dirigente suizo, feliz de que se vendiesen 2,5 millones de entradas. En el plano económico, pelotazo para los poderosos, con esos 127,7 millones en premios para el Chelsea, 120 para el PSG o 95 para el Real Madrid, que felicitó públicamen-



Trump, ante Infantino, da un trofeo a Cole Palmer. K. LAMARQUE REUTERS

te a la FIFA y a los estadounidenses por la organización del evento. Poderoso caballero...

DENUNCIAS SINDICALES
Acusa a la FIFA de perjudicar la salud de los futbolistas
 Infantino y sus colegas como Florentino Pérez, enfrentados a su vez a la UEFA, han recibido una respuesta firme de las grandes ligas europeas, con Javier Tebas como mayor exponente, y del sindicato mundial de futbolistas FifPro. El organismo liderado por el argentino Sergio Marchi ha acusado a Infantino de «creerse Dios», perjudicar la salud de los futbolistas y provocar una «peligrosa desconexión con la verdadera realidad que atraviesan la mayoría de futbolistas en el mundo. Lo que se presentó como una fiesta global del fútbol no fue más que una ficción montada por FIFA, impul-

sada por su presidente, sin diálogo, sin sensibilidad y sin respeto por quienes sostienen el juego con su esfuerzo cotidiano», denunció FifPro.

INCIDENTES
Retrasos, interrupciones y protestas contra el Gobierno
 El torneo comenzó tras duras jornadas de protestas por la política migratoria de Trump, con graves incidentes en Los Ángeles, y, más allá del dinero, dejó conclusiones negativas que deben corregirse pensando en el mundial del 2026. Imposible esconder los retrasos injustificados en los horarios de los partidos y los descansos prolongados mucho más allá del cuarto de hora de rigor; tampoco las interrupciones constantes y aplazamientos por el riesgo de las tormentas eléctricas o el calor sofocante por ajustar los

horarios al *prime time* televisivo europeo.

CONDICIONES
Césped en mal estado y bote defectuoso

Demasiados equipos de un nivel paupérrimo, gradas semidesiertas en numerosos encuentros pese a que *The Athletic* informó de rebajas suculentas en el precio de las entradas hasta para semifinales, y césped por lo general en mal estado. «En Europa no estamos acostumbrados a que el balón bote como un conejo», espetó Luis Enrique tras el triunfo ante Seattle Sounders en el cierre de la fase de grupos.

SORPRESAS
Campeón inesperado y diferencias entre continentes

En el plano deportivo, sorprendió la coronación del Chelsea, pero el Mundial no hizo otra cosa que agrandar más si cabe la enorme diferencia entre el fútbol europeo y el resto. Y eso que los clubes del Viejo Continente echaban el cierre a un curso extenuante, mientras que los representantes brasileños y argentinos, por ejemplo, se hallaban en plena campaña y a tope de forma.

Pese a ese triunfo épico del Botafogo en la primera fase ante un PSG relajado y el heroico desempeño del Fluminense, que alcanzó las semifinales, se impuso la realidad dominio europeo, con cinco representantes en cuartos y tres de cuatro en la penúltima ronda. La final se asemejó a una especie de Supercopa a la baja entre el último campeón de la Champions y el ganador de la Conference. Cole Palmer, el joven prodigio inglés, fue el mejor del torneo, Musiala sufrió la lesión más grave y el torneo no definió el próximo Balón de Oro.

2Playbook

Sky arrebatata la liga italiana de baloncesto a Dazn con un contrato hasta 2028

El operador se hace con la competición, que en el último ciclo tenía Dazn, con un contrato para las próximas tres temporadas. Sky también renovó con Euroliga hasta el mismo año y refuerza así su nuevo canal exclusivo para el baloncesto.



2Playbook 14 de julio de 2025

Sky se hace con el monopolio del baloncesto en Italia. El operador ha adquirido los derechos de la liga italiana (LBA) para las próximas tres temporadas, hasta 2027-2028, según ha informado en un comunicado. Se desconocen los términos económicos del contrato, aunque el anterior ciclo con Dazn se cifró en diez millones de euros en tres temporadas.

El contrato con Dazn se heredó cuando la plataforma compró Eleven Sports e incluía la emisión de todos los partidos en exclusiva de liga, Copa, Supercopa y playoffs. Los 10 millones comprometidos doblaron lo que la competición se embolsaba hasta entonces con Eurosport, y se esperaba que en este nuevo tender, lanzado para el ciclo 2025-2028, se mejorasen los ingresos.

Sky ya tenía los derechos de la Euroliga y la Eurocup en Italia, con las que ha renovado hasta 2028. También ofrecerá el próximo Eurobasket 2025 masculino y el año pasado también renovó con la NBA hasta 2026. El operador ofrecerá 60 partidos de la LBA a través de su canal generalista y de NOW, así como dos partidos de cada ronda de playoffs, la Sueprcopa y la Copa.

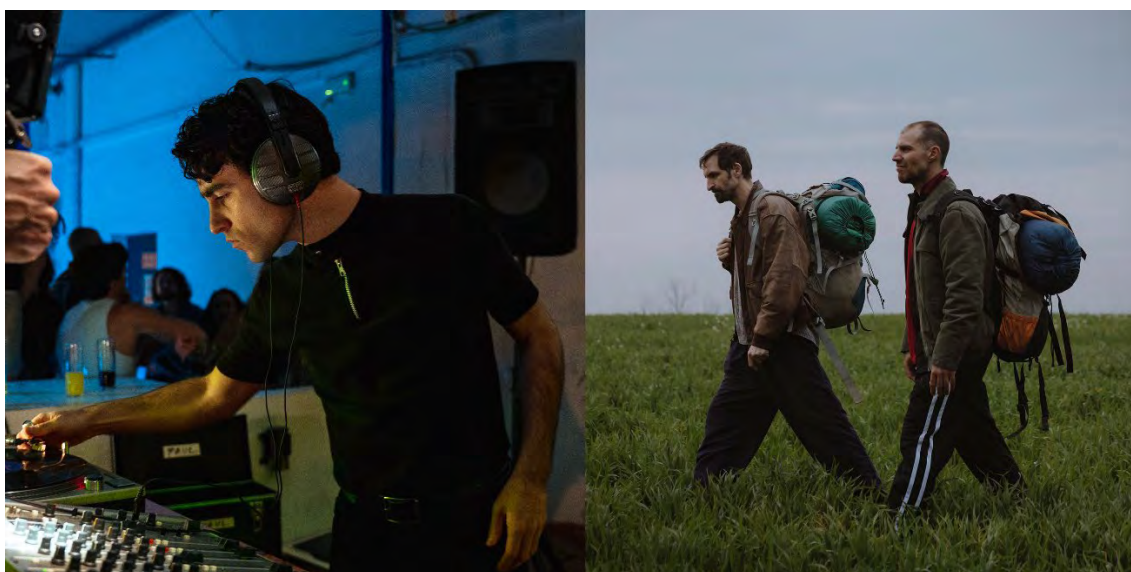
Todos los encuentros se ofrecerán a través de Sky Sport Basket, el nuevo canal temático que ha lanzado este año para reforzar su estrategia en torno a este deporte. Aún se desconoce qué operador se quedará el lote de partidos.



ESPAÑA / STREAMING

atresplayer presenta dos grandes apuestas de ficción en el Festival de Cine de San Sebastián

14/07/2025 Por ttvnews



Atresplayer, Festival de San Sebastian

La plataforma de streaming de Atresmedia presentará los estrenos en primicia de *La Ruta*, *Vol. 8*, *Ibiza* y *99 días*;

atresplayer, en su gran apuesta por la ficción española, presentará dos de sus producciones originales más esperadas en el marco del Festival Internacional de Cine de San Sebastián 2025: *La Ruta*, *Vol. 8*, *Ibiza* y *99 días*; La plataforma de Atresmedia estrenará allí en primicia ambos títulos.

atresplayer traslada a San Sebastián, además, el gran talento con el que cuentan estas producciones tanto delante como detrás de las cámaras, así como a sus respectivos responsables y productores ejecutivos.

La plataforma española líder, afianza su posición de héroe local y referente de nuestro país, apostando por la producción propia y poniendo en marcha más proyectos de ficción y entretenimiento que ningún otro operador en España en los últimos tiempos.

Atresmedia mantiene su compromiso con el sector audiovisual también en la gran pantalla. Atresmedia Cine celebrará en el marco del Festival su 25 aniversario como motor del cine español con su ya tradicional evento de presentación de próximos proyectos, en el que también hará balance de su papel clave en la industria cinematográfica española a lo largo de este cuarto de siglo.

Así es La.Ruta.8.Vol.8.Ibiza

La.Ruta.8.Vol.8.Ibiza, serie original de atresplayer, es la segunda temporada de la aclamada serie La.Ruta. Una de las series revelación de los últimos años, que conquistó al público y a la crítica.

Es una producción original de atresplayer producida por Atresmedia TV en colaboración con Caballo Films. Cuenta con Montse García, Eduardo Villanueva y Nacho Lavilla como productores ejecutivos. Está creada por Roberto Martín Maiztegui, Clara Botas y Borja Soler. La dirección corre a cargo de Borja Soler.

Así es 99.días

Otra de las grandes apuestas de atresplayer será 99.días?la primera serie de televisión creada por el periodista de investigación Carles Porta. 99. días está inspirada en la historia real de la fuga de dos presos de la cárcel de Ponent de Lleida. A partir de su fuga se convertirán en el objetivo principal de los Mossos d'Esquadra en una búsqueda que durará 33 intensos días contados a lo largo de seis episodios.

Producida por Atresmedia en colaboración con Luminol Media, Goroka y Lastor Media, 99.días cuenta con Montse García, Pablo F. Masó, Tono Folguera y Guille Cascante como productores ejecutivos. Javier Olivares y Jordi Calafí son los guionistas de la serie, que estará dirigida por Anaïs Pareto Onghena.

¿Por qué arrasan las adaptaciones de Wattpad?

Pina Mezzera 14-07-2025 ©cveintiuno



La película española de Prime Video 'Culpa mía'

Las series y películas basadas en libros de la plataforma de autoedición Wattpad se han convertido en un fenómeno entre la esquiwa Gen Z. La directora de desarrollo internacional de Wattpad Webtoon Studios explica qué hay detrás de este auge.

El pasado 27 de diciembre, Prime Video estrenó la película española 'Culpa tuya', secuela de su exitosa 'Culpa mía'. Y, menos de un mes después, el streamer reveló que apenas cinco días le bastaron a la cinta para convertirse en su producción internacional más vista de 2024.

'Culpa tuya' fue además el contenido original internacional más popular de la historia en la plataforma de Amazon y, según dijo, un 90% de sus reproducciones llegaron desde fuera de España.

Producida por Pokeepsie Films (Banijay Iberia), la película es la segunda entrega de la saga 'Culpables', cuyo desenlace, 'Culpa nuestra', se estrenará en octubre. Los films están basados en la trilogía homónima, best-seller del New York Times, de Mercedes Ron.



Mar Vilà Barceló

La joven escritora argentino-española se dio a conocer en la plataforma de autopublicación y lectura Wattpad, propiedad del conglomerado surcoreano Naver, que en 2022 fusionó las divisiones de entretenimiento de Wattpad y de Webtoon, su compañía de autoedición de cómics, para crear Wattpad Webtoon Studios (WWS).

Aunque las películas de la saga 'Culpables' no fueron desarrolladas por WWS (fue una venta de derechos), su éxito ha despertado una auténtica fiebre por adaptar títulos del catálogo de Wattpad, que cuenta con una infinidad de historias provenientes de sus más de 24 millones de creadores.

Y WWS, que sí ha desarrollado la cinta 'Mala influencia' junto a Nadie es Perfecto y que prepara el estreno en septiembre de 'Sigue mi voz', coproducida con Beta Fiction Spain y Zeta Studios, es quien lidera esta búsqueda.

"Mi objetivo es identificar historias en nuestras plataformas que estén resonando con nuestra comunidad global de fans", dice a Cveintiuno Mar Vilà Barceló, directora de desarrollo internacional de la compañía desde marzo de este año.

"Y una vez que las identificamos, buscar socios en los mercados clave de Europa y habla hispana que compartan nuestra visión para llevarlas a la pantalla, ya sea como series o como películas".

Además de 'Culpables' (IP que también dio lugar a la versión inglesa 'My Fault: London'), otras historias surgidas en Wattpad también han arrasado entre las audiencias jóvenes, como la trilogía de 'A través de mi ventana', cuya primera parte permanece como una de las 10 películas non-English más populares de la historia en Netflix.

Buscarán seguir el mismo camino en España otros títulos de Mercedes Ron, como 'Dímelo bajito' y la dilogía 'Marfil' y 'Ébano', para cuyas adaptaciones volverán a juntarse Prime Video y Pokeepsie, la productora de Álex de la Iglesia y Carolina Bang.



'My Fault: London', adaptación británica de 'Culpa mía'

Según Vilà Barceló, el fenómeno no es casual: Wattpad ofrece una combinación única de historias, data y un público cautivo masivo (Wattpad y Webtoon suman 160 millones de usuarios mensuales activos) ansioso por verlas en pantalla.

"Nuestra librería de contenidos es increíblemente grande y diversa. Tenemos historias en todos los géneros. Y creo que lo que nos hace únicos es que desarrollamos estos contenidos bajo la perspectiva de los fans", explica.



'A través de mi ventana' es una de las 10 películas non-English más vistas de la historia en Netflix

“Por eso somos capaces de ofrecer a nuestros socios en la industria no solo grandes historias, sino también gente que realmente las quiere ver, porque forman parte de la comunidad que se ha construido en torno a ellas en nuestra plataforma”.

La data, según Vilà Barceló, es además una herramienta clave para identificar estas historias. Es que WWS es capaz de analizar cuáles son más populares en su plataforma, en qué territorios están superando las expectativas e incluso qué diálogos enloquecieron a sus lectores.

“Para analizar qué historias tienen potencial de adaptación utilizamos un mix de data con storytelling. Los datos nos permiten analizar qué tan popular es una historia y entender qué fue lo que la gente amó sobre ellas. Incluso podemos ver en qué partes del mundo la gente está conectando más e identificar nuevas tendencias en cuanto a géneros”.

La plataforma de Wattpad permite a los lectores, además, dejar comentarios en momentos específicos de la historia, una herramienta que está probando ser clave a la hora de llevarlas a la pantalla.

“Podemos incluso analizar esos comentarios para entender qué parte de la historia está resonando y trabajar en torno a eso”, detalla la ejecutiva.



‘Mala influencia’, película española producida por Nadie es Perfecto

Todo lo anterior le permite a Vilà Barceló y su equipo identificar aquellas historias “buenas, con personajes únicos y narrativas que estén conectando y resonando con una base de fans de una forma significativa”.

La siguiente pieza en el engranaje es desarrollar las adaptaciones de la mano de otras productoras, involucrando en todo el proceso a los creadores que escribieron las obras literarias.

“En un escenario tan competitivo, nuestra data nos permite elevar las historias que estamos desarrollando y lo hacemos siempre de la mano de nuestros creadores y su comunidad global de fans. Y es por eso que creo que están funcionando tan bien”.

Por eso aclara que cualquier potencial socio de WWS debe estar alineado con esa visión y dispuesto a incorporar a los creadores de la plataforma al proceso de adaptación.

Hasta ahora, la mayoría de los éxitos audiovisuales surgidos de Wattpad han estado relacionados con los contenidos young adult (YA). No obstante, la plataforma cuenta con historias y fanáticos también en otros géneros, como romancity, sports romance o new adult.

“Claro que hemos tenido mucho éxito en el terreno de los romances YA y por eso seguiremos creando contenidos de este tipo. Pero los proyectos que estamos desarrollando o intentando desarrollar son muy amplios en términos de géneros y demográficos”.

Dentro de esa amplia lista de proyectos en desarrollo, agrega la ejecutiva, hay muchos contenidos en España y América Latina que, cuando se anuncien, “generarán mucha expectación”.

“Creemos que nuestros contenidos han sido exitosos por una combinación que nos hace únicos: data para identificar y elevar las historias, el trabajo mano a mano con nuestros creadores, el desarrollo de historias con fan perspective y una comunidad global de fans que las quieren ver. No solo ofrecemos grandes historias, sino también una audiencia apasionada. Y eso es precisamente lo que nos destaca en este escenario tan competitivo”, completa.

CINE

La productora de 'La infiltrada' denuncia presiones durante el rodaje: "La historia de los vascos la cuentan los vascos"



La productora María Luisa Gutiérrez durante el preestreno de 'Padre no hay más que uno, 5' en Alfajar el pasado 21 de junio.

Claudio Tornamira 14 / 07 / 25 - 15: 42

Durante una intervención en los Cursos de Verano de la Universidad Complutense en San Lorenzo de El Escorial, la productora María Luisa Gutiérrez ha revelado que el equipo de La infiltrada recibió "comunicados en euskera" instándoles a no contar la historia de ETA y disuadiendo a los posibles colaboradores del rodaje. "Decían que la historia de los vascos la cuentan los vascos", ha explicado Gutiérrez, quien también ha subrayado que, pese a estas advertencias, la película "ha contado con la participación de muchos vascos que están encantados con el resultado".

Dirigida por Arantxa Echevarría y protagonizada por Carolina Yuste, La infiltrada narra el caso real de una agente de policía que logró infiltrarse en ETA durante ocho años. El filme fue uno de los protagonistas de la última edición de los Premios Goya, donde compartió el galardón a Mejor Película con El 47, y consiguió también el premio a Mejor Actriz para Yuste.

Durante su intervención en la gala, la productora dedicó el premio "a las víctimas reales", a Covite y a la familia de Gregorio Ordóñez, al tiempo que defendía que "la memoria histórica también está para la historia reciente de este país".

Sus palabras no estuvieron exentas de controversia y generaron menos adhesión que otros discursos de la noche. "Nuestra empresa hace comedias familiares que dan mucha taquilla y gracias a ellas podemos hacer películas arriesgadas como esta", reivindicó Gutiérrez.

Una película educativa

En su conferencia en El Escorial, Gutiérrez ha insistido en el valor educativo de la película y en la necesidad de que "la época de ETA se estudie en los institutos y universidades", no solo como parte de una pedagogía del recuerdo, sino como herramienta para prevenir el olvido. "Quería que mis hijos conocieran la historia de la policía infiltrada y de ETA, porque no quería que les pasara como a mí con la Guerra Civil", ha confesado. "Yo la conocí por mi abuela. No quería que mis hijos crecieran sin saber que hubo un grupo terrorista que atemorizó a toda una sociedad".

Frente a la acusación de apropiarse de una historia ajena, Gutiérrez defiende que La infiltrada aporta un punto de vista "único": el de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. "No se había hecho una película desde su perspectiva sobre lo que vivieron allí", ha afirmado.



15 Julio, 2025

Digi y Telefónica 'roban' 500.000 clientes al resto

MasOrange, principal perjudicado con 300.000 líneas móviles perdidas hasta junio, y Vodafone, unas 80.000

JOSÉ M. RODRÍGUEZ SILVA
 MADRID

El mercado de telecomunicaciones español siempre ha estado muy influido por el precio y 2025 no es la excepción, según los datos de cambios de compañía de móvil que maneja el mercado para el primer semestre y a los que ha podido acceder EL MUNDO. Digi con sus precios por debajo de los diez euros sigue siendo el gran dominador y se ha llevado a 428.000 clientes, una cifra similar del año pasado y que no sorprende tanto como la de quien le sigue en el podio: Telefónica.

El histórico incumbente va camino de sumar el segundo récord de portabilidades consecutivo de su historia tras años en los que tener la mayor cuota de mercado le abocaba a las pérdidas. La compañía ha conseguido sumar 72.000 nuevas líneas en los seis meses de 2025 y es la empresa que más mejora respecto al primer semestre del año anterior, donde el saldo fue negativo en 31.000. La empresa no dio la vuelta a su balanza de portabilidades hasta el tercer trimestre, con lo que también suma un año completo en positivo.

La empresa dirigida en España por Borja Ochoa lleva varios años reforzando su apuesta comercial, Primero con la flexibilidad a la hora de escoger paquetes de MiMovistar y luego con la búsqueda de la retención de clientes con medidas como la aplicación de mejoras y bonos que, tradicionalmente el sector venía re-

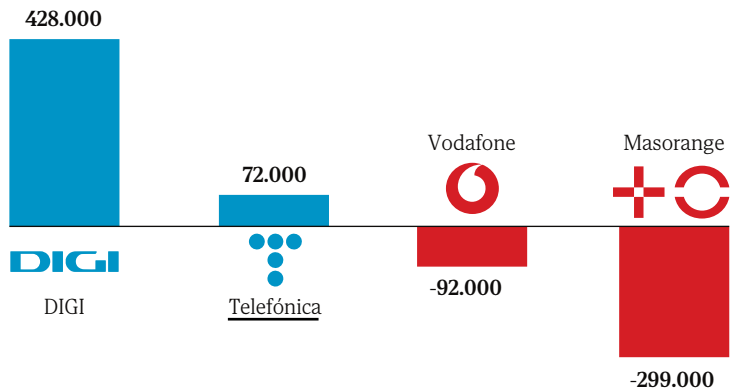
percutiendo solo a las captaciones. Además, Telefónica está mostrando fortaleza en el segmento de medio o bajo precio O2, que se ha vitaminado además con servicios de televisión de pago de Movistar Plus+, un combo que también ha devuelto al signo positivo las altas de televisión y refuerza los precios que pagan sus clientes y que se siguen situando en torno a los 90 euros mensuales.

Vodafone, por su parte, se ha dejado 92.000 líneas, pese a su bajada de precios y en plena migración de los clientes de Finetwork, que contaban como propios hasta comienzos de este año. Por su parte, el operador low cost, en precurso de acreedores, cuenta con unas 80.000 bajas este año. Este efecto estadístico imposibilita comparar con el mismo periodo del año anterior las cuentas del tercer operador, periodo en el que la combinación de ambas empresas se dejó 240.000 líneas móviles, lo que deja entrever que las medidas de la nueva dirección han contenido los números del grupo británico.

Por su parte, MasOrange es la mayor perjudicada en estos cálculos, ya que la compañía vió cómo prácticamente 300.000 clientes dejaban alguna de sus múltiples marcas por otras opciones. En varias operaciones públicas, la dirección del grupo ha trasladado que no está dispuesta a bajar los precios a los niveles de Digi o Lowi por considerarlos demasiado bajos y esto les está convirtiendo en objetivo de estos operadores.

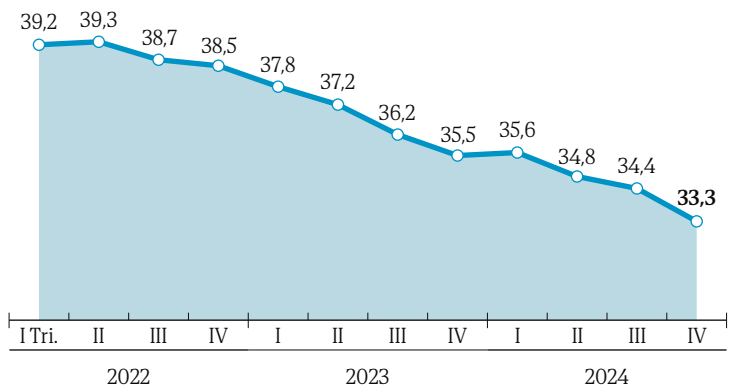
CAMBIOS EN EL MERCADO DE LA TELEFONÍA

SALDO DE CAMBIOS DE MÓVIL DEL PRIMER SEMESTRE



PRECIOS DE LOS PAQUETES DE TELEFONÍA SIN TELEVISIÓN

En Euros



FUENTE: Elaboración propia con datos de la CNMC

A. MATILLA / EL MUNDO

Con todo, junio fue el mes con menos portabilidades negativas (-45.000), frente a los 59.000 del mes anterior.

LOS PRECIOS CAEN

La presión a la baja de los precios sigue siendo fuerte en los paquetes más baratos, como se ve en los datos del pasado año que publicó la pasada semana la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Los paquetes de fijo y móvil sin televisión eran casi seis euros más baratos de media a comienzos de 2025 que a comienzos de 2023. Los 33,3 euros que se cobraban suponen un retroceso del 15,5% en dos años.

Esto está dañando los ingresos

de un sector que, no obstante sigue creciendo tanto en números de líneas de móvil (fuertemente influenciada por el Internet de las Cosas) como en banda ancha fija, con la llegada de fibra a los nuevos hogares que se forman o a zonas rurales.

Así, las cifras en el mercado de líneas de banda ancha hasta abril, registradas por la CNMC, muestran que todos los actores del mercado suman clientes, mientras que los resultados auditados presentados por MasOrange y Telefónica muestran también crecimientos en móviles de contrato muy superiores a los que dan las portabilidades con 80.000 y 900.000 líneas de este tipo, respectivamente.

TRAS LAS OFERTAS A LA BAJA

Echarri lanza un órdago de 7.000 millones a KKR y GIC por la fibra de MasOrange

El inversor catalán, accionista de la teleco junto al equipo directivo, lanza un órdago a los tres fondos finalistas del negocio de fibra para que elevan las ofertas el próximo 29 de julio



Josep María Echarri, managing partner de Inveready.

Por Agustín Marco 15/07/2025 - 05:00 EC EXCLUSIVO

La venta de la fibra óptica de MasOrange y Vodafone, una de las grandes operaciones corporativas que se van a cerrar en el tercer trimestre del año, ha entrado en ebullición por la irrupción de un inversor que no estaba en el radar. Según aseguran fuentes financieras, Josep María Echarri, uno de los accionistas minoritarios de MásMóvil, ha comunicado su disposición a lanzar una oferta por este negocio, que ha sido valorado entre 7.000 y 10.000 millones de euros. Una propuesta que ha provocado un gran malestar en KKR, Brookfield y GIC, los tres fondos que habían pugnado por esta 'joint venture'.

Según estas fuentes, Echarri trasladó el pasado mes de junio su interés por hacerse con el 40% del proyecto Surf, el nombre con el que se ha bautizado la sociedad conjunta de MasOrange y Vodafone, si los potenciales compradores no llegaban a la valoración con la que se contaba de partida. Su indicación de precio suponía valorar esta Fiber To The Home (FTTH o fibra a casa) en más de 7.500 millones, por lo que superaba las propuestas realizadas por KKR, Brookfield y GIC, tres de los fondos de 'private equity' que más se habían interesado por esta operación.

Pero la reacción de estos grandes fondos de capital riesgo fue amenazar con retirarse del proceso al considerar que Echarri, accionista minoritario destacado de MasOrange, jugaba con ventaja. Y, sobre todo, porque hasta hace apenas un mes no había mostrado ningún interés por participar en esta transacción, lanzada en otoño del año pasado, cuando las dos 'telecos' contrataron a BNP Paribas para seleccionar las potenciales ofertas. Según distintas fuentes, el enfado de estos gigantes fue monumental, con la alta dirección de ambas compañías, que consideraron la aparición de Inveready, la firma de Echarri, como un señuelo para subir sus propuestas.

Porque, según estas fuentes, si KKR, GIC o Brookfield entran al juego y suben sus ofertas, uno de los beneficiados será Echarri y los directivos de MasOrange, liderados por Meinrad Spenger. El financiero catalán y la cúpula de la operadora, entre los que destacan Germán López (director general de operaciones), Miguel Santos (director general de tecnología) y Guillermo Barcena (responsable de mercados de capitales), tienen agrupada su participación desde que vendieron su paquete del 17% que tenían en MásMóvil.

El 31 de mayo de 2020, KKR, Cinven y Providence compraron el que en ese momento era el cuarto operador de telefonía de España, por detrás de Telefónica, Vodafone y Orange, por 5.000 millones de euros, incluida la deuda. Los que habían logrado el milagro de MásMóvil, que una década antes apenas valía 100 millones, vendieron su participación a estos fondos, pero se sumaron al vehículo de inversión –Lorca Telecom– creado ad hoc para esa transacción. Tras la posterior fusión con Orange, cerrada en abril de 2024, mantienen aún un paquete dentro del 50% que controlan KKR, Cinven y Providence.

En principio, Inveready no tiene capacidad por sí mismo para un bocado de este tamaño, puesto que la operación asciende a unos 2.800 millones de euros si se vendiese el 40% del capital. O 1.400 millones si finalmente se optó por traspasar el 20%, opción que se ha barajado ante las decepcionantes ofertas iniciales. Pero hace apenas un mes cerró su nuevo fondo de capital riesgo, con 500 millones de capacidad de inversión. Un dinero que parcialmente va dirigido a la adquisición de Avatel, firmada el pasado mes de mayo, y que deja margen de maniobra para montar un consorcio con el que pujar por Surf si monta un consorcio con otros inversores. Sobre todo porque cuenta con el apoyo de sus inversores o 'limited partners' habituales, como Onchena, el *family office* de los Ybarra Careaga, el de los Domínguez (Mayoral) o José Eulalío Plaza, tres grandes fortunas que son coinversores en MasOrange.

Próximo consejo, con KKR como favorito

La venta de Surf coincide en el tiempo con la decisión que tienen que adoptar los dos dueños mayoritarios de MasOrange sobre el futuro de la compañía. Por una parte, Orange, que ha contratado los servicios de Lazard y Santander, y por otra KKR, Cinven y Providence, junto con Inveready y los directivos, que se han puesto en manos de Goldman Sachs. En septiembre se abre la primera ventana para que las partes aprueben la salida a bolsa, que se produciría en 2026, o los fondos salgan y el resto de los minoritarios venda a la multinacional francesa.

Ambas decisiones se analizarán en el próximo consejo de administración que MasOrange ha convocado para el 29 de julio, día en el que anunciará los resultados del primer semestre. Otras fuentes indican que KKR parte como favorito para hacerse con la fibra, tras haber mejorado su primera oferta no vinculante después del órdago de Echarri.

El Confidencial ha intentado sin éxito obtener la versión de Inveready sobre esta información.

A Whole New Netflix

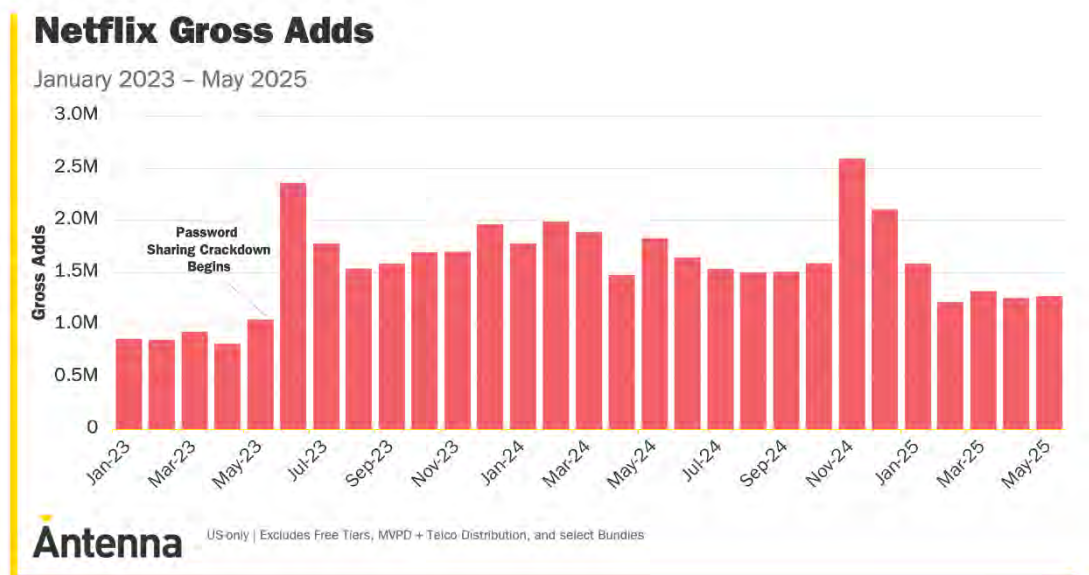
Netflix may be the “legacy” video streamer, but they are far from complacent. Netflix’s complexion today is markedly changed from the Netflix of three years ago. In recent years, they have implemented a number of significant changes, including:

1. Password-sharing crackdown
2. Ad tier launch
3. Live events
4. Price increases

Given these shifts, we’re taking another look at how these changes have affected key subscriber metrics.

Password-sharing crackdown

The Netflix password-sharing crackdown in the U.S., implemented in late May 2023, subsequently led to significant subscriber growth for the service.

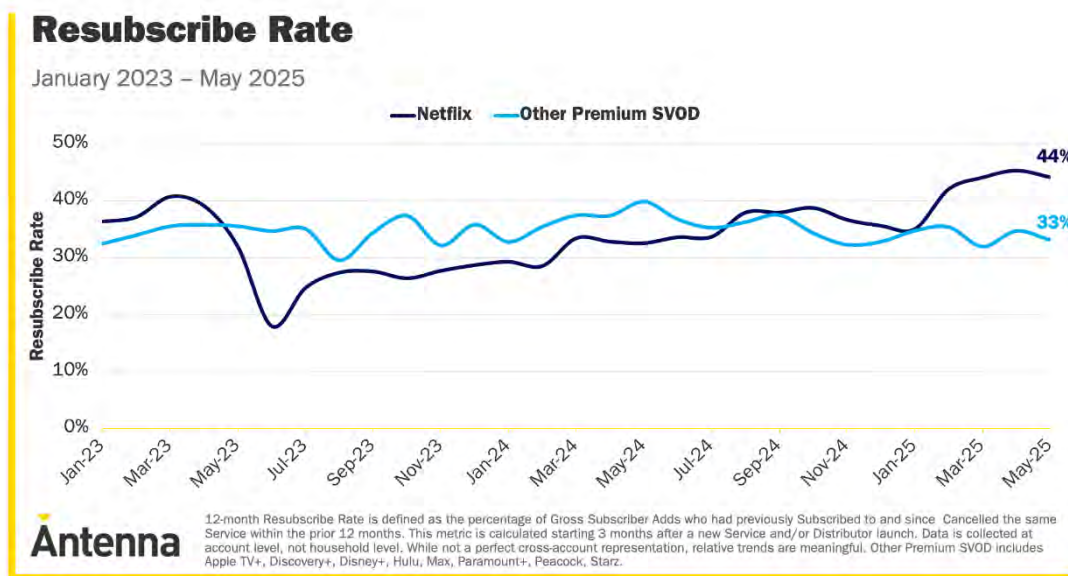


In the first five months of 2023, before the paid sharing rollout, Antenna estimates average monthly Gross Additions to Netflix were approximately **907K**. This figure increased to **1.8M** Gross Adds per month in the same period of 2024, representing a **97.8%** YoY increase, as “long time users, first time Subscribers” signed up to regain access to the service.

In the first five months of 2025, Antenna observed average monthly Gross Adds moderated to **1.3M**, a **25.7%** YoY decrease compared to the same period in 2024, but still **47.0%** higher than in 2023.

So is the password-sharing crackdown still driving some of that growth? Analyzing Resubscribe rates - the percentage of people signing up for Netflix who had formerly subscribed to the service - suggests that the password-sharing crackdown may have largely run its course.

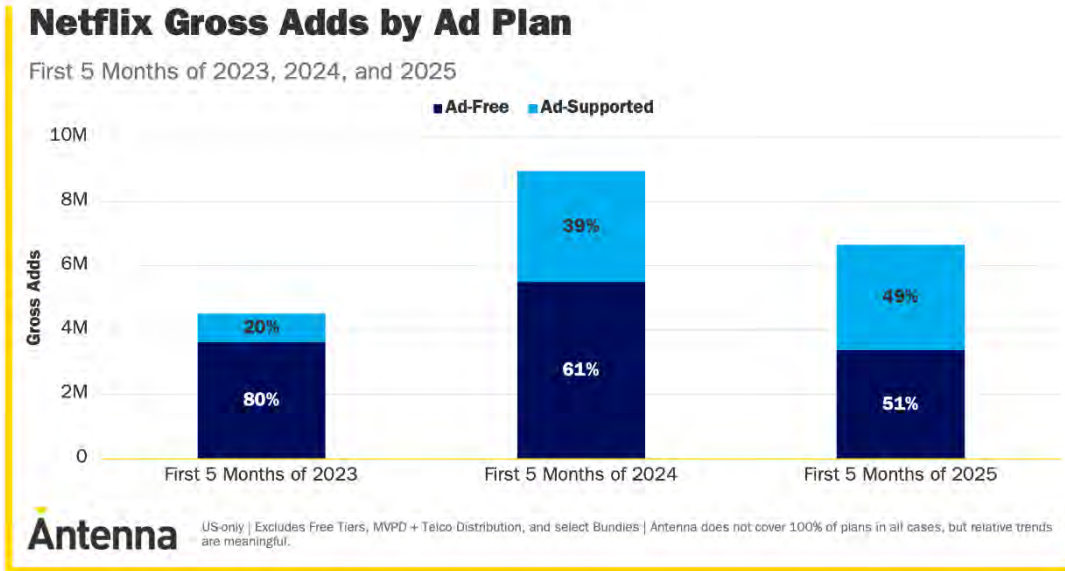
Before the password-sharing crackdown, Antenna observed Netflix's monthly Resubscribe rate was approximately **40%** in any given month, higher than the category benchmark. When the password-sharing crackdown in the U.S. began, the monthly Resubscribe rate decreased as low as **18%**, significantly below the category. The Resubscribe rate has gradually increased, exceeding **40%** in each of the last four months, suggesting that Netflix has largely run out of individuals who were motivated to pay for Netflix for the first time because they lost access via another household’s account.



Ad Tier

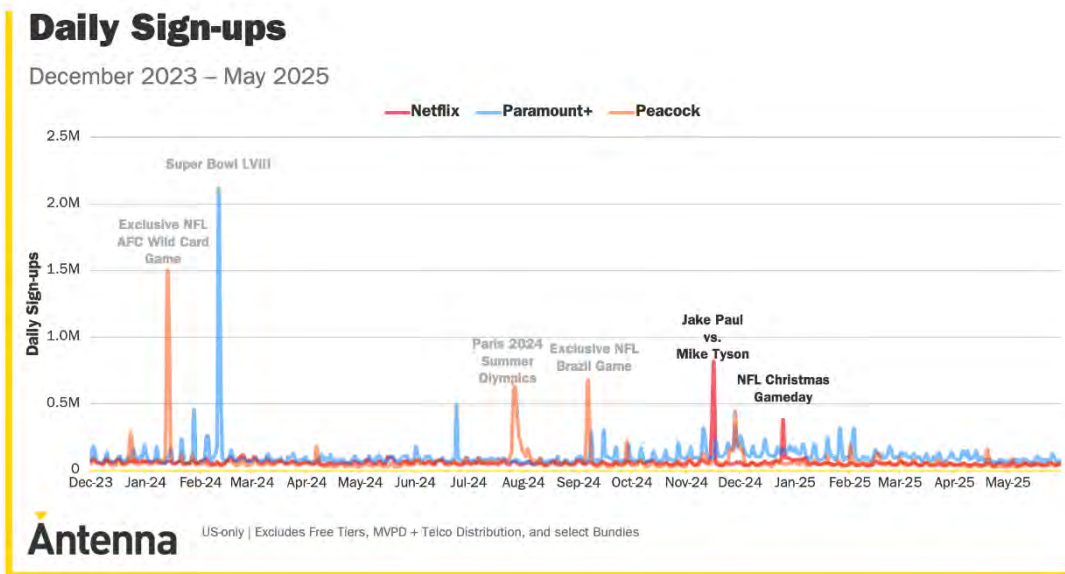
Netflix’s ad-supported plan now plays an enormous role in their growth strategy. In the first five months of 2023, Antenna estimates the Standard With Ads plan accounted for **20%** of Netflix's Gross Adds. |

In the first five months of 2024, ad-supported Gross Adds increased by **290%**, and accounted for **39%** of Gross Adds. In the first five months of 2025, Antenna observes total ad-supported Gross Adds are down **5%** as a result of the overall decrease in Gross Adds; but the ad tier accounted for **almost 1 in 2** Gross Adds.



Live Events

After a number of experiments with live events, Netflix went aggressively into the category with the Paul vs. Tyson fight and NFL Christmas games in Q4 2024. Those two events drove an unprecedented surge of acquisitions for the service.

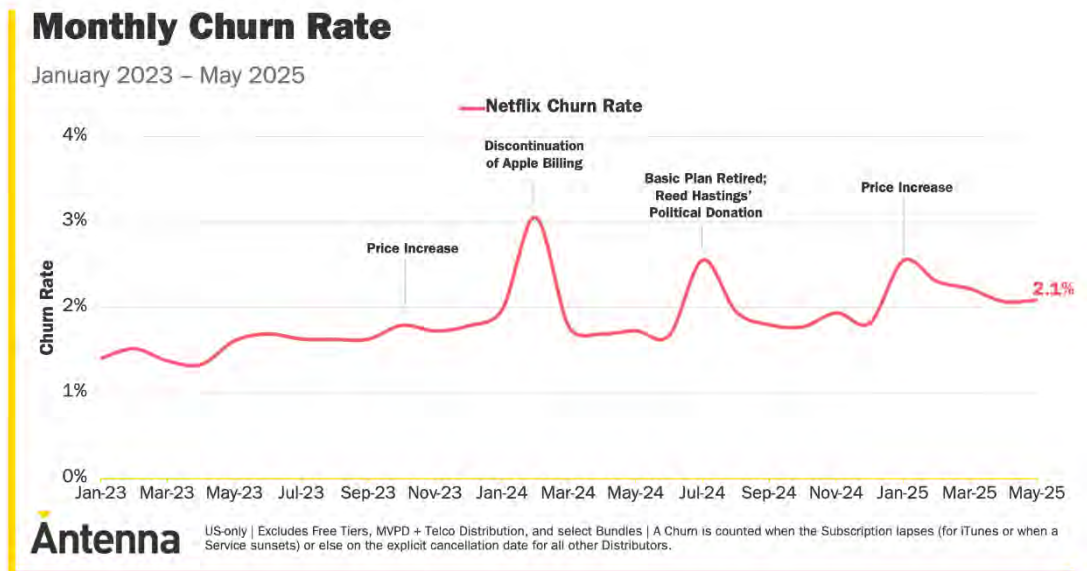


For Netflix's exclusive boxing match between Jake Paul and Mike Tyson, which aired live on November 15, 2024, Antenna observed **1.43M** Sign-ups to the service over the three-day period. Antenna observed **656k** Sign-ups to Netflix in the 3-day window (Dec 24-26) for NFL Christmas Gameday. Netflix has historically had a very steady rate of sign-ups, with minimal variance day-to-day, so these two events indicated a new acquisition lever for the service.

Price Increases

The most obvious way for a service to drive growth is by increasing the subscriber count. But services can also increase their topline by raising prices.

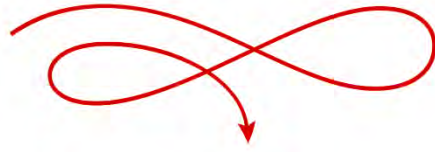
Netflix had challenges with its price increase in January 2022, as Antenna observed meaningful increases in churn. But they have successfully executed their last two price increases without driving significant, prolonged increases in churn.



In October 2023, when Netflix raised the Basic and Premium plan prices, Antenna estimates Churn increased to **1.8%** from **1.6%** in September, and settled further to **1.7%** in November.

In January 2025, when Netflix increased prices for all U.S. plans, Antenna estimates churn increased to **2.5%** from **1.8%** in December, but went back down to **2.3%** in February, and was down to **2.0%** by May.

PUCK



HBO Max Needs More HBO

After a two-year identity crisis at the newly re-rechristened service, how can David Zaslav and Casey Bloys make the streamer successful, and not just the butt of every joke?



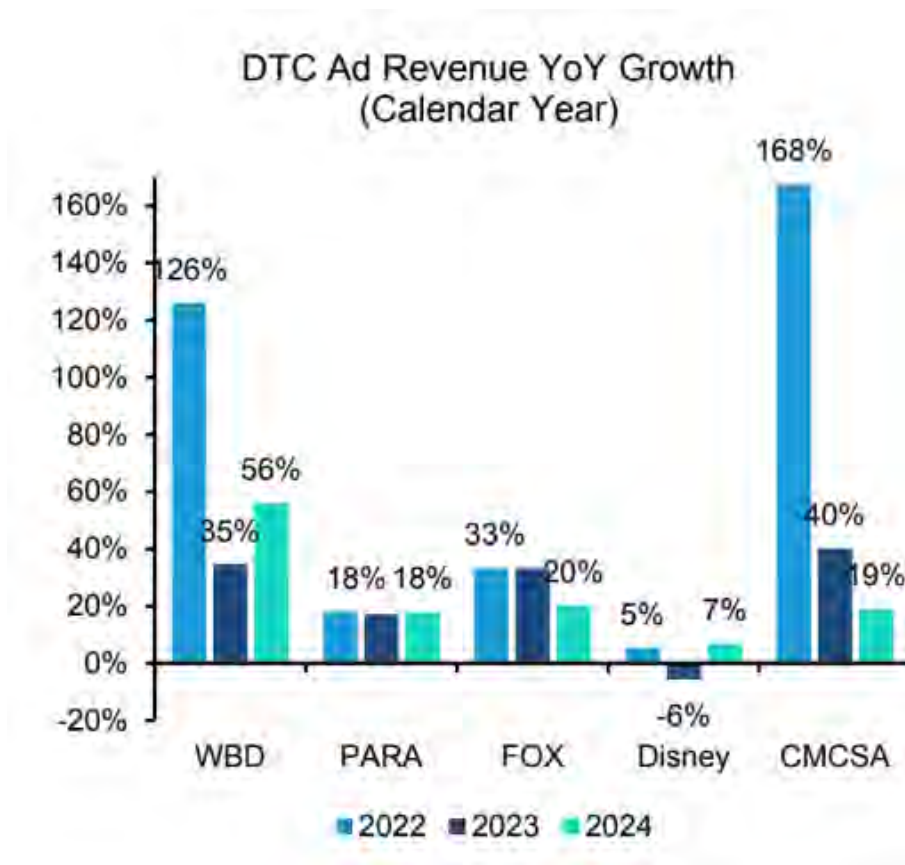
Casey Bloys, David Zaslav.- At this point, Zaslav and Bloys have likely come to terms with the fact that HBO Max will never replace Netflix, but they can at least pivot to building a completely different business. Photo: Matt Winkelmeyer/GA/The Hollywood Reporter/Getty Images

Julia Alexander July 14, 2025

It's easy to mock David Zaslav for his decision to re-brand the streaming service formerly known as HBO Max, then as Max, back to HBO Max—it's an almost perfect metaphor, really, for the general strategic confusion that followed the WarnerMedia–Discovery merger. Zaslav initially chased scale, but Max never accounted for more than 2 percent of total TV viewing in the U.S., according to Nielsen, placing it behind every

major paid streamer except Peacock as well as the Roku Channel and Tubi, which are both free. Max also has the highest churn rate of all the major U.S. streamers, and it just lost the NBA. On the other hand, the name change was the correct move, and it's one among a number of things that HBO Max is finally, belatedly, starting to get right.

Globally, Zaslav has broken ground in new markets, placing the streamer second only to Netflix in the number of new international subscribers amassed during the past few quarters. Warner Discovery saw its advertising revenue increase by 56 percent year over year from 2023 to 2024, per Bernstein analysis, the highest percentage gain of any legacy media company.



More importantly, however, Max is consistently beating every non-Netflix streamer in the number of subscribers who sign up for the platform to watch a returning show, per Parrot Analytics, demonstrating loyalty to, and interest in, I.P. and brands (like... HBO) that Zaslav is once again putting at the center of the streamer's strategy.

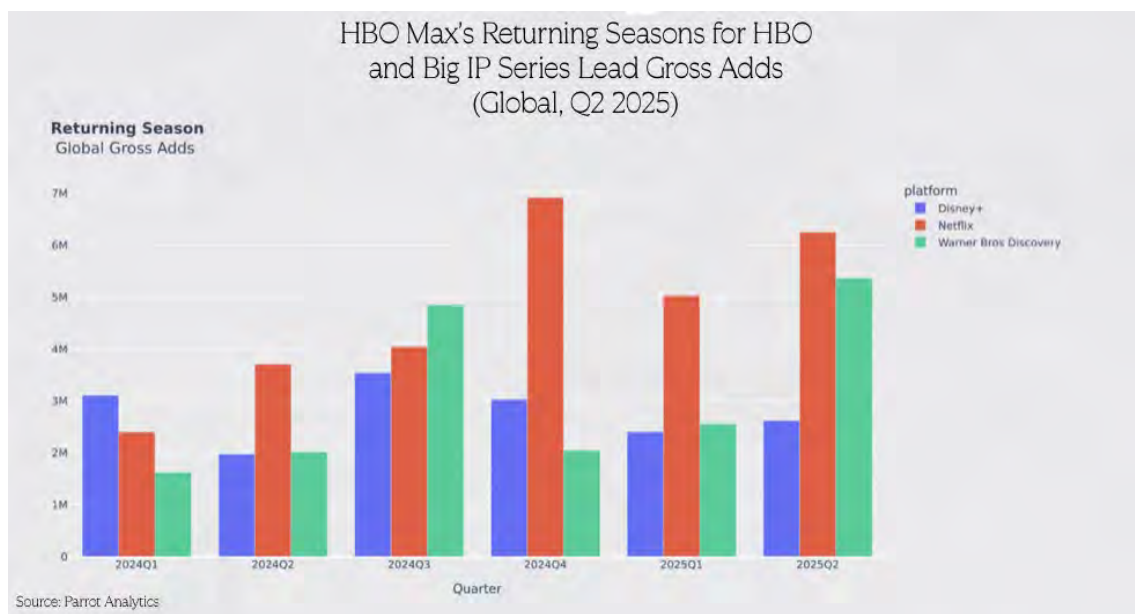
That last data point is particularly salient. Zaslav's bet with HBO Max v.1 was that prestige fare from HBO, the Warner Bros. film library, and TNT Sports combined with endless Discovery chum could create a true Netflix challenger. But merging premium with lowest-common-denominator programming was the wrong way to approach diversification. (As of Q1, Max averaged a mere 35 minutes of viewing time per day in the U.S. on TV sets, compared to Hulu's 55 minutes and Netflix's 90 minutes, also per Bernstein.)

Instead of diversifying the quality of content that the service offers, Zaslav and HBO chief Casey Bloys have finally decided to focus on expanding the types and genres of its premium content—and betting that a smaller, more focused product can reach a level of meaningful engagement. Indeed, the data repeatedly showed that users were returning for tentpole programming, including *The White Lotus*, *The Last of Us*, and other HBO series, plus the best of the Max originals, like *The Pitt* and *The Penguin*. Neither is classic HBO fare, but they scratch the same itch for a new generation.

HBO, Not Max

The streaming wars are over: It's now YouTube and Netflix's world. But if HBO Max can stop chasing everyone else and start chasing meaningfully engaged audiences—leaning into the HBO brand as it does—it might just thrive under a set of new expectations. Customers want splashy, culture-dominating TV shows, but that requires an emphasis on harnessing quality, not throwing spaghetti at the wall.

Indeed, HBO Max's 2025 slate so far has driven three times the global gross subscriber growth compared to the previous year, per Parrot. Most of that growth can be directly attributed to *White Lotus* and *Last of Us*, but big I.P. (*Harley Quinn*) and HBO-quality originals (such as *The Pitt*) also contributed. These findings align with data from Nielsen, which has seen more Max original titles land on its top 10 list for exclusive originals in the first half of 2025 than in any full year prior, per new analysis from Entertainment Strategy Guy.



The Pitt, for instance, racked up more views in Q1 (48.1 million minutes) than *The Traitors*, *Yellowjackets*, and *Beast Games*. It still felt like an HBO show in terms of quality, even as it adhered to a more traditional medical show format. Similarly, *The Penguin* had a better first week than *House of the Dragon*'s second season, according

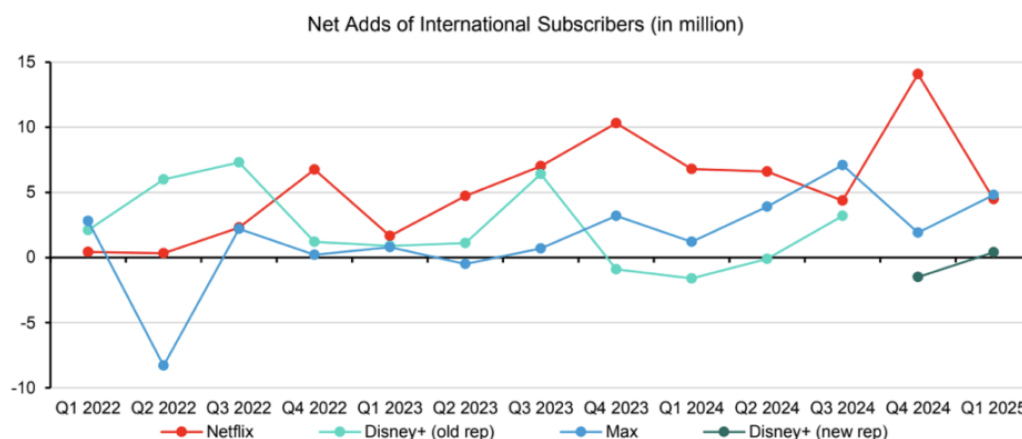
to Nielsen. And even on the non-HBO documentary front, Quiet on Set notched the record for a Max unscripted project back in 2024 with 1.3 billion minutes in its first week. These numbers aren't just evidence that Warner Bros. Discovery can succeed outside of HBO, they also suggest there's a way to increase the diversity of content without deviating from the streamer's main appeal.

At this point, Zaslav and Bloys have likely come to terms with the fact that HBO Max will never replace Netflix, but they can at least pivot to building a completely different business. General entertainment products like Netflix, Hulu, and even YouTube, work because audiences know they can always find something to watch, whether it's a high-quality serial drama or a time-lapse of a guy building a pool in his backyard. But the metric for success is different for a niche player like HBO Max, which can differentiate itself as a true premium product, just as HBO did in the cable era.

Zaslav is targeting 150 million global subscribers by the end of 2026, which would make the service roughly half the size of Netflix. The bad news for Zaslav is that number isn't much higher than what AT&T executives projected in 2021. With one of the lowest annual compound growth rates of all major streamers when it comes to subscribers, per Bernstein, that ceiling may be much lower than analysts originally thought. But what if HBO Max can become the king of the niche services, as opposed to a general entertainment also-ran? Suddenly, being half the size of Netflix doesn't look bad at all.

Going Global

There's a reason that Zaslav has been focused on international expansion. If HBO Max is going to make the transition to focus on the premium "niche," it's going to need to aggressively expand into more territories to find its audience. Sixty percent of all streaming growth is now coming from outside the U.S., and HBO Max has had some of the strongest international subscription growth over the last few quarters, thanks in large part to launches in multiple countries, Bernstein found.



But getting customers to subscribe upon launch is one thing, and keeping them is another. The European market, in particular, is very specific. Free linear channels still account for up to 70 percent of all TV viewership in Europe, per Dataxis. Public broadcasters still account for a significant share of viewing each month, and networks like BBC 1 have a larger reach than Netflix in high-demand territories like the U.K., per Barb. Disney+, for its part, has partnered with ITV, one of the largest free TV operators in the U.K., to share content across one another's streaming platforms. As I've noted before, Netflix just announced a landmark partnership with France's TF1. Warner Bros. Discovery is ahead of the pack on similar arrangements elsewhere, having struck deals with Foxtel in Australia and BluTV in Turkey, so it's not unreasonable to expect Zaxxon & Co. to seek out broadcast partners in Europe as it continues to expand.

Indeed, partnerships with European broadcasters present an opportunity unavailable in the U.S.: Streamers get carriage of very popular local content that should stimulate engagement, and the broadcasters reach entirely new audiences. European audiences, for their part, are looking for add-ons to their linear packages, and it's here that HBO Max can find some real success. The service is launching in 12 more territories this summer, mostly in Europe, and it's still not available in major markets like Germany, Italy, or the U.K.—so there is plenty of room for future growth.

Warner Bros. Discovery's own data reflects that European audiences are particularly drawn to prestige titles, with shows like *Dune: Prophecy*, *The Penguin*, and *White Lotus* being some of the leading acquisition titles for the streamer. If HBO Max's new "quality-first" ethos can keep paying dividends as it expands, it may help turn the streamer's business around. Or, at the very least, help it evolve into something that looks more appealing to a buyer down the road.

TV Ratings: The Final Numbers (Finally) for 2024-25's Top Network Shows (Exclusive)

'Tracker' holds onto its No. 1 spot in total viewers, and 'High Potential' leads the 18-49 demographic.

By Rick Porter July 11, 2025 12:18pm



Justin Hartley in 'Tracker'; Kaitlin Olson in 'High Potential'

The 2024-25 network TV season is pretty well in the rearview mirror — production on shows for 2025-26 is about to begin, after all — but in the long-tail, multi-platform world of audience measurement, ratings data is still trickling in.

The final 35-day, cross-platform numbers for the top network entertainment series are now available, and they continue to show that streaming is a major component of viewing. Over five weeks, streaming accounts for about 31 percent of the all-in total audience for the top 20 broadcast series. Among adults 18-49, however, two-thirds of the top shows' total, on average, comes from streaming — making for another piece of evidence that streaming viewers are considerably younger than those who watch a show on-air or via DVR.

The total viewer tallies for the full season (Sept. 23, 2024-May 21, 2025) aren't substantially different from earlier sets 35-day data released in May and June, with changes coming from the addition of the season's final episodes of some series. CBS' *Tracker* remains the No. 1 series among total viewers, averaging 17.34 million viewers across all platforms over 35 days. First-year hits *High Potential* (16.16 million viewers for ABC) and *Matlock* (15.72 million for CBS) rank second and third, well ahead of the rest of the top 20.

High Potential also led all network series (not including sports) among adults 18-49, scoring a 3.85 rating in the key ad-sales demographic over five weeks. That equates to about 5.15 million viewers in that age range. More than 80 percent of those people watched the show via streaming; *High Potential's* linear 18-49 rating was only 0.71, equivalent to about 950,000 viewers.

Fox's animated standbys *Bob's Burgers* and *Family Guy* also got more than 80 percent of their 18-49 ratings from streaming – vaulting them from well down the rankings in the linear ratings into the top 20 overall. ABC's *Abbott Elementary*, *The Rookie*, *Shifting Gears* and *911* and NBC's *St. Denis Medical* all had at least 70 percent of their demo ratings come from streaming as well. In fact, among the top 20 shows in adults 18-49, only two (*Survivor* and *Chicago Med*) accrued less than 50 percent of their total from streaming.

The top 20 network entertainment shows in cross-platform ratings for 2024-25 are below.

Total Viewers

35-day ratings for the 2024-25 season

Rank	Title	Network	Total viewers (millions)	Linear viewers (millions)	Streaming viewers (millions)
1	Tracker	CBS	17.34	11.81	5.54
2	High Potential	ABC	16.14	8.20	7.94
3	Matlock	CBS	15.72	10.39	5.33
4	Ghosts	CBS	11.84	7.77	4.07
5	Georgie & Mandy's First Marriage	CBS	11.76	8.34	3.42
6	Elsbeth	CBS	11.42	8.41	3.01
7	Will Trent	ABC	10.90	7.33	3.58
8	911	ABC	10.87	6.84	4.03
9	Shifting Gears	ABC	10.85	6.37	4.48
10	The Rookie	ABC	10.80	6.00	4.80

11	NCIS	CBS	10.59	8.56	2.03
12	FBI	CBS	10.42	8.58	1.84
13	Chicago Fire	NBC	10.22	8.35	1.87
14	Watson	CBS	10.10	7.12	2.98
15	Blue Bloods	CBS	10.07	8.57	1.50
16	Chicago PD	NBC	9.61	7.57	2.04
17	Chicago Med	NBC	9.50	7.93	1.57
18	Fire Country	CBS	9.45	6.63	2.82
19	NCIS: Origins	CBS	9.00	6.61	2.38
20	Abbott Elementary	ABC	8.67	3.91	4.76

SOURCE: NIELSEN

Due to rounding, linear and streaming viewers may not add up to total viewer counts.

Adults 18-49

35-day ratings for the 2024-25 season

Rank	Title	Network	18-49 rating	Linear rating	Streaming rating
1	High Potential	ABC	3.85	0.71	3.14
2	Abbott Elementary	ABC	3.25	0.69	2.56
3	The Rookie	ABC	2.49	0.53	1.96
4	Shifting Gears	ABC	2.39	0.64	1.76
5	911	ABC	2.38	0.71	1.66
6	Bob's Burgers	Fox	2.36	0.41	1.94
7	Ghosts	CBS	2.18	0.72	1.47
8	Tracker	CBS	2.15	0.82	1.33
9	Georgie & Mandy's First Marriage	CBS	1.79	0.64	1.14
10	Matlock	CBS	1.75	0.64	1.11
11	Family Guy	Fox	1.72	0.29	1.43
12	Law & Order: SVU	NBC	1.69	0.74	0.94
13	Survivor	CBS	1.68	0.99	0.69
14	Will Trent	ABC	1.64	0.54	1.10
15	Grey's Anatomy	ABC	1.62	0.58	1.04
16	Fire Country	CBS	1.55	0.60	0.96
17	St. Denis Medical	NBC	1.52	0.42	1.09
18	911: Lone Star	Fox	1.35	0.48	0.87
19	Chicago PD	NBC	1.30	0.67	0.63
19t	The Floor	Fox	1.30	0.63	0.67

BUSINESS NEWS

What Will It Take to Get the Paramount-Skydance Deal Done?

A CBS News ombudsman? Ending DEI? Moving staff from New York to Pittsburgh?

By [Alex Weprin](#) July 11, 2025 12:54pm



David Ellison

On Monday July 7, representatives for the International Brotherhood of Teamsters and its Hollywood Local 399 and the conservative public interest group the Center for American Rights met with staff of the Federal Communications Commission to discuss a deal important to both of them: The Skydance-Paramount merger.

The FCC has to approve the transfer of Paramount's broadcast licenses to Skydance, and the Commission has spent some 238 days reviewing it. While a settlement between President Trump and Paramount is widely seen as clearing the path toward the deal consummating, the FCC is still expected to demand meaningful concessions in order to approve the transfer, and those talks will heat up in the coming days, as Charlie Gasparino notes.

In fact Monday's meeting with the Teamsters and Center for American Rights underscored the concession issue, while also taking a tone that recognized that the end is near: "If the FCC approves the Paramount deal, the petitioners have provided specific, concrete ideas for how the FCC can improve the deal," the representatives told the FCC, according to an ex parte filing. "As part of its process, the FCC owes stakeholders and the American public a robust review of this transaction. Rubberstamping the transaction as-is does not serve the public interest."

The Teamsters and the Center ended their meeting by reiterating "our commitment to explaining and applauding a final license package that protects the interests of workers, consumers, and investors."

If the concessions are strong enough, they are ready to publicly laud the deal.

So, what will it take to get the Skydance deal over the line? A review of filings from the Teamsters, Center and other petitioners, as well as comments from FCC chairman Brendan Carr himself, paint a picture.

NO MORE DEI?

Carr has opened investigations into companies over the Diversity, Equity and Inclusion (DEI) programs and policies, and has repeatedly said that ending those programs will be critical to any company seeking FCC approval. "Any businesses that are looking for FCC approval, I would encourage them to get busy ending any sort of their invidious forms of DEI discrimination," Carr told Bloomberg in March.

The companies are listening. Just this week, T-Mobile, which is seeking FCC approval to acquire U.S. Cellular and Metronet, wrote to Carr with a pledge to end its DEI programs:

"You've made clear that you expect companies the FCC regulates to have practices that are lawful, free from invidious forms of discrimination, and open to all," T-Mobile wrote in its letter. "We have conducted a comprehensive review of T-Mobile's policies, programs, and activities, and pursuant to this review, T-Mobile is ending its DEI-related policies as described below, not just in name, but in substance."

The FCC secured a similar commitment from Verizon earlier this year. Given the circumstances, it is all but assured that Skydance will need to agree to do the same.

A CBS NEWS OMBUDSMAN?

A filing from the Teamsters and Center for American Rights outlines the possibility of requiring CBS to have an "independent, well funded, empowered, balanced ombudsman or oversight board" that would monitor for bias.

Such a move would surely anger CBS News employees, many of whom are already on edge after the settlement. It would sting particularly hard at the newsmagazine 60 Minutes, which has long held a level of independence from the rest of CBS News. In fact, a more hands-on approach from some CBS executives were one of the things that caused former executive producer Bill Owens to resign.

SHIFT RESOURCES FROM NEW YORK TO LOCAL STATIONS

The Center for American Rights has asked the FCC to require Paramount to move newsgathering resources outside of New York and Los Angeles and toward its local stations scattered across the country, and then use more news coverage from local stations on its national newscasts.

“With such a model, properly resourced, Americans nationwide could start seeing more stories from places like Detroit, Minneapolis, and Pittsburgh,” the Center in a letter May 6. “In other words, CBS should flip the script: rather than local stations as pass-throughs for nationwide content, viewers should see the best local reporting from diverse geographies being used on nationwide programs.”

NO MORE AMPTP?

Similarly, the Teamsters wrote to the FCC on May 5 requesting that the Commission implement a condition that the new Paramount would not reduce staffing levels at its local stations, and even floated the possibility of having the company stop negotiating its deals through the Alliance of Motion Picture and Television Producers.

“The Teamsters prefer to enter into a private agreement with Skydance to address the treatment of workers at New Paramount,” the Teamsters wrote in their letter. “In addition to other terms listed in previous filings in this docket, the Teamsters believe that New Paramount should negotiate directly with the Teamsters regarding current and future collective bargaining agreements, and not through the industry group, ‘AMPTP.’ Failing any such agreement, however, the Teamsters fully support a station-level staffing condition like the one attached.”

FORMALIZE PRO-WORKER PROMISES

On March 31, Teamsters president Sean O’Brien (read The Hollywood Reporter’s profile of the union boss [here](#)) and Local 399 VP Lindsay Dougherty met with Carr, asking that the Commission “either should memorialize Skydance’s pro-worker commitments as a merger condition, or encourage the parties to reach an agreement on how best to protect workers post-transaction.”

The Teamsters and Writers Guild of America have called for a commitment from new Paramount to maintain current staffing levels for full-time employees for at least eight years. Under the proposal, the company wouldn't be able to circumvent the requirement by consolidating operations across stations, outsourcing work or reclassifying employees in a manner that reduces their hours or benefits. This may run up against plans to slash \$2 billion in costs, half of which would be realized in the first year, suggesting immediate layoffs once the merger is completed.

Skydance and Paramount have pushed back on this restriction. "Rejecting the Labor Unions' requested condition would be consistent with the public interest because the Commission does not have sufficient industry-wide information to conclude that any particular level of employment at a broadcast station is necessary or appropriate at a given time," they wrote.

Also in play: conditioning approval of the transaction on sustaining current acquisition levels of union-creating programming.

REQUIRE INDEPENDENT CONTENT ON STREAMING

The niche streaming platform Fuse has asked the FCC to demand that new Paramount "set aside a fixed percentage of programming services on PlutoTV and other streaming platforms for independently owned content providers." Such a requirement could be a boon for small, independent streaming and content companies seeking to cut deals for access to its streaming platforms.

Fuse's competition concerns relate to new Paramount potentially leveraging the technological resources of Oracle — owned by David Ellison's father, Larry Ellison — to squeeze indie networks in content acquisition and distribution on Pluto TV by self-preferencing its own content or completely boxing out competing content, among other things. By the company's thinking, Paramount's control of the distribution platform and insight into the available data it provides through Oracle would make it increasingly difficult to compete on visibility, ad revenue and audience engagement.

Fuse pointed to the launch of Shades of Black, a streaming channel aimed at African American audiences in 2021 available on Pluto TV. It said there was a drastic drop in viewership on the platform when Pluto TV started to promote its own proprietary programming aimed at the same audience. It added, "Oracle's AI could facilitate the creation of synthetic or semi-automated content based on performance data across their platform, drastically reducing the need for independent programmers' owned and licensed content libraries."

[HOME](#) > [TV](#) > [TV NEWS](#)

'South Park' Global Fans Furious as Show Pulled From Paramount+ Amid Licensing Dispute

A lapsed streaming deal and the ongoing Paramount-Skydance merger review have left viewers outside the U.S. scrambling for access to the long-running animated hit, just ahead of its season 27 premiere.

By [Scott Roxborough](#) July 14, 2025



'South Park' Courtesy of Paramount+

International fans of Stan, Kyle, Cartman and Kenny were left reeling last week after South Park was pulled off streaming service Paramount+ amid an ongoing licensing dispute between the show's creators Trey Parker and Matt Stone and Comedy Central's parent company, Paramount Global.

The Hollywood Reporter broke the news that Paramount+'s international license to stream episodes of the long-running animated series has expired, forcing the streamer to pull the show off its global service. Outside the U.S., Paramount+ is available in the English-speaking territories of Canada, Australia, the U.K. and Ireland; in France, Italy and German-speaking Europe; and across Latin America.

Threads on the South Park subreddit and social media have lit up with foul-mouthed complaints from international fans, most of them directed at Paramount and David Ellison's Skydance Media, whose \$8 billion buyout of Paramount is at the heart of the South Park dispute.

“wtf. 100 % cancelling my subscription now,” noted user @emale27. “The only reason I had Paramount+ was to watch South Park. I just canceled,” concurred @jaywinner.

“How does one go about setting Paramount on fire?” asked @Acceptable-Bid-1019, prompting another user, @probably420stoned to quip: “They’ve basically just done this themselves.”

Amid threats to cancel their Paramount+ subscriptions, devotees of the long-running animated series from Canada, Australia, France, Germany and elsewhere traded tips on how to watch the show, legally or otherwise, from their respective territories.

Paramount+ still has the rights to stream South Park specials internationally. South Park remains on the air on Paramount’s Comedy Central channels worldwide, whose footprint spans most of Europe, Latin America, the Middle East and Australia/New Zealand. Paramount’s ad-supported streaming service Pluto.TV also carries the show in several territories, including Canada, Latin America and select European countries. Back episodes are available for purchase on other services, including Apple TV and Amazon Prime. In some territories, including Germany and the Latin American region, back episodes are available to stream, ad-supported, on a stand-alone South Park website.

That fragmented global access was not what Paramount had in mind ahead of the season 27 premiere of South Park, which is set to bow on Comedy Central in the U.S. on July 23, two weeks later than originally planned.

Negotiations over a South Park streaming deal, to replace its now-expired five-year pact with Warner Bros. Discovery’s HBO Max, have stalled amid Paramount’s protracted sale to Skydance.

As first reported by The Hollywood Reporter last month, Parker and Stone, through their Park County business entity, threatened legal action against Paramount. Park County accuses incoming president Jeff Shell, currently chairman of sports and media at Skydance investor Redbird Capital Partners, of interfering with their contract negotiations with Warner Bros. Discovery (WBD) and Netflix to modify certain terms “to benefit Paramount at the expense” of Park County. It pointed to Shell pushing WBD to give Paramount+ an exclusive 12-month window for new episodes of the show and to shorten the term of the licensing deal from 10 to five years.

A representative for Skydance released a statement dismissing the allegations. “Any accusation that Jeff Shell tried to lower the price or devalue the franchise in any way is not only nonsensical but patently false,” the statement reads. “Under the terms of the transaction agreement, Skydance has the right to approve material contracts.”

Paramount has two years left on its \$900 million licensing deal for South Park but without unified international streaming rights, many global fans of the potty-mouthed kids from Colorado will remain frustrated.

But that doesn't mean they've lost their sense of humor.

"The silver lining of all this merger crap," noted @Kalse1229 on the South Park subreddit, "is that it's gonna make for an excellent South Park takedown."

The Hollywood Reporter has reached out to Paramount Global for comment.



"KPop Demon Hunters" and "Elio" (Christopher Smith for TheWrap)

PRO

Original Animated Movies Aren't Dead, They've Just Moved to Streaming | Analysis

With the runaway success of Netflix's "Kpop Demon Hunters" and the muted response to Pixar's theatrical "Elio," a paradigm shift is emerging



Drew Taylor

July 14, 2025 @ 6:15 AM



On June 20, two big, original animated movies were released, with two extremely different responses.

"Elio," which follows a lonely little boy who dreams of getting abducted by aliens, arrived in theaters more than a year after it was initially supposed to be released, with warm reviews. It ultimately debuted to \$20.8 million, the lowest opening weekend for a Pixar movie in history and has amassed a little more than \$96 million worldwide.

Then there was “Kpop Demon Hunters,” produced by Sony Pictures Animation and released via Netflix, an ingenious genre mash-up, inspired by “Sailor Moon” and “Buffy the Vampire Slayer.” It’s a full-on musical and features some of the best songs you’ll hear all year. It was a huge critical hit (97% on Rotten Tomatoes, 77 on Metacritic) and did just as well commercially – was #1 on Netflix in America and was in the top 10 in all countries, with an additional 22.7 million views in its second weekend.

While “Elio’s” performance inspired much hand-wringing in the press, with countless journalists wondering if original animated movies were dead as only sequels seemed to hit at the box office, the contrasting performance of “KPop Demon Hunters” shows that they are, in fact, very much alive – and thriving on streaming.

This dynamic has been in the works for years, a product of the shift to streaming by entertainment companies and a re-training of how audiences – specifically families – view animated content. The new status quo is a lesson that studios can take when making the next bet on an original piece of entertainment.



“KPop Demon Hunters” (Netflix/Sony Pictures Animation)

“Kpop Demon Hunters” co-director Maggie Kang said she felt incredibly lucky to have an original animated movie open in the current climate.

“To not only be working on something original but also something that was culturally very different,” she told TheWrap. “We knew how rare of an opportunity this was, so I think this made us work harder to prove that originals can be loved and be successful.”

And successful, it was.

“KPop Demon Hunters” has been a force just about everywhere. The soundtrack album has been huge – hit song “Golden” alone charted at No. 3 on the global Spotify chart with 4.312 million streams, while the film’s companion album achieved the biggest streaming week for a soundtrack since “Barbie” in 2023. Dance sequences are going viral on TikTok; the Academy of Motion Picture Arts & Sciences posted on X about the movie (“Huntrix didn’t just save the world, they also saved my Spotify Wrapped”); and social media has been flooded with fan art, not just of the Kpop bands but minor characters like a mystical, hat-wearing raven and the so-called derpy tiger. On the Netflix Shop, the movie has its own section, with a T-shirt and plush among the top 5 best-selling items of the year.

On Instagram, “Lilo & Stitch” (the animated one) and “The Wild Robot” director Chris Sanders praised “Kpop” saying, “If you haven’t yet watched it, I highly recommend heading to Netflix.” On X, “Amphibia” creator Matt Braly marveled, “I have never seen an animated movie do this well on Netflix before – full stop. This is something else.”

For her part, Kang praised SPA and Netflix for supporting new ideas.

“There are many artists in our industry who want to create new things, who want to push the boundaries of animation, so as a director it’s great to have places that will support this and are willing to take the risks on new ideas,” she said.

Fellow “Kpop Demon Hunters” director Chris Appelhans added: “Original ideas are the lifeblood of animation in the long term. SPA and Netflix have shown real courage in choosing to pursue them and so as directors we wanted to seize the opportunity in every way possible.”

This phenomenon has actually happened before, in fall 2023, when Netflix debuted an original, Adam Sandler-led comedy called “Leo” against the much more expensive Walt Disney Animation Studios feature “Wish,” which arrived in theaters.

“Wish” was a critical and commercial disappointment – it grossed just \$255 million against a budget of \$200 million, a far cry from other recent WDAS originals “Moana” (\$687 million) and “Zootopia” (\$1 billion). “Leo,” meanwhile, became a smash hit for Netflix, becoming the biggest animated feature debut on the streaming service ever, with 34.6 million views in its first six days.

Two years later, and that dynamic has cemented even further, with studios, skittish about the response to theatrical animated originals, becoming more entrenched in franchises, spinoffs and sequels, and instead relegating originals to streaming.

Companies like Netflix appear more than willing to pick up the slack, and audiences are responding in kind.

How we got here

There are a few things that shifted the paradigm, with audiences now expecting original animation on streaming and not in theaters. Chief among them was the pandemic and Disney's response to it.

Disney sent three original Pixar movies, some of the best movies the studio had ever produced, straight to the direct-to-consumer streaming service because of ongoing fears around the safety of the theatrical moviegoing experience and in particular the unease that families felt going with their children. This started with Pete Docter's "Soul," eventually a two-time Oscar winner (including Best Animated Feature), which arrived on the service on Dec. 20, 2020. Enrico Casarosa's "Luca" showed up on June 18, 2021, and Domee Shi's "Turning Red" arrived on March 11, 2022. (Both were eventually nominated for the Best Animated Feature Oscar.)

When Angus MacLane's "Lightyear," which, while tangentially connected to the "Toy Story" franchise, was ostensibly a new sci-fi original, was released a few months after "Turning Red," it marked a return to theatrical releases for the studio — and it severely underperformed with a global box office haul of \$226.4 million. "Elemental," released the following summer, eventually made nearly \$500 million — but it too had a slow start that had many pundits worrying about the viability of original animated features and Pixar's overall creative health. The New York Times openly declared, "Pixar is damaged as a big-screen brand."



"Soul" (Pixar)

Walt Disney Animation Studios had a similar approach, but the brand wasn't dinged as hard. After the record-breaking "Frozen 2" debuted in theaters months before the pandemic, the studio sent "Raya and the Last Dragon" to both theaters and Disney+, an approach they applied to a handful of live-action movies at the same time. And the original "Encanto," which opened in fall 2021, didn't make money in theaters but became a juggernaut on Disney+ when it arrived that Christmas. Soon after, Disney started referring to the film as the studio's "newest franchise."

Disney originals "Strange World" and "Wish," however, failed to generate interest, and another original, rumored to focus on a Persian princess, was quietly pulled off the schedule for 2024. In its place, the studio hastily reconfigured a "Moana" streaming series into a feature film sequel; it made over \$1 billion at the global box office.

A recent exposé on the making of "Elio" contained an interesting anecdote – after a test screening of the movie in Arizona in summer 2023, the gathered audience was asked how many of them would see the film in a theater. According to the report, "not a single hand was raised."

The rest of this year's theatrical animated output is all based on preexisting material – Paramount is opening "The Smurfs" in July and has "The SpongeBob Movie: The Search for SquarePants," a continuation of the long-running transmedia franchise, out this December; DreamWorks Animation is opening "The Bad Guys 2," a sequel to the 2022 hit, in August and has "Gabby's Dollhouse: The Movie," a theatrical extension of a DreamWorks series on Netflix, in late September; and Disney is opening "Zootopia 2," perhaps the most anticipated animated feature of the year and the sequel to the Oscar-winning, \$1 billion-grossing 2015 original, this Thanksgiving. Around the same time, a "Zootopia"-themed attraction will open at Disney's Animal Kingdom, part of the sprawling Walt Disney World complex outside of Orlando, Florida.

But as far as original animation, audiences don't have to leave their homes. They just have to turn on Netflix.

The Netflix Effect

Few places are committed to original animation, streaming or otherwise, like Netflix.

The division of the company, led by Hannah Minghella, has one of the most exciting slates of animated features. And while there is the odd franchise film – a "Leo" sequel is being developed and they are releasing an animated "Ghostbusters" project in partnership with Sony Pictures Animation – a vast majority of their output is original. These are films that gain broad viewership and awards recognition (every Netflix movie that has been nominated for the Best Animated Feature, besides last year's "Wallace and Gromit" film "Vengeance Most Fowl," has been an original).

While the studios are betting on theatrical sequels, spinoffs and updates, Netflix is releasing a host of original animated features. In August, they're debuting Genndy Tartakovsky's dirty, brilliant, R-rated "Fixed," a Sony Pictures Animation project that was orphaned when theatrical partner New Line Cinema walked back its commitment. This fall then sees the release of "In Your Dreams," a sweet and gently surreal tale from former Pixar mainstay Alex Woo, and "The Twits," an adaptation of a prickly Roald Dahl story, from Phil Johnston, formerly of Walt Disney Animation Studios.



"Fixed" (Netflix)

The streamer also has a deeply exciting 2026 slate anchored by a pair of Skydance Animation productions – "Pookoo," from "Tangled" director Nathan Greno, that might end up being the most adorable animated feature ever, is coming out earlier in the year; and "Ray Gunn," a long-in-the-works passion project from writer/director Brad Bird, director of "The Incredibles" and "The Iron Giant," will arrive later in 2026.

"Fixed" writer-director Tartakovsky, who said that it, at times, felt like "somebody made a mistake letting us make this movie," is heartened by Netflix's commitment to original storytelling and the latitude it provides filmmakers.

"I feel like they are actually in an incredible position to try a variety of programming. You're not tied down to box office numbers so you could experiment a bit and see what sticks," Tartakovsky said. "It's a very unique position to be in."

As for the response to "Kpop Demon Hunters," Kang said, "It tells me that the audience wants to see original ideas. They want to be challenged and surprised. It is honestly terrifying to make an original feature because it takes so much time and you're questioning yourself the whole way, but it can be really rewarding. So yes, it's scary but I would 100% do it again."

Han Ji-won, who directed the dreamy “Lost in Starlight,” Netflix’s first Korean animated feature (one heralded by director Bong Joon-ho as “a visual masterpiece that takes you around the universe”), said, “If creative and experimental endeavors, like those seen with Netflix U.S., become more prevalent and widely consumed, leading to more opportunities, it would serve as a significant motivation for creators worldwide. Creators are inspired when they see new possibilities, prompting them to dream and embark on adventures to realize those dreams.”

Speaking of, “In Your Dreams” director Alex Woo said, “Working on an original animated feature felt like both a privilege and a responsibility. It was a privilege because our whole team was keenly aware of how rare it is to create something original – especially at the scale and scope of our film.”

The response to “Kpop Demon Hunters,” Woo said, reflects a few key things:

1. Audiences’ hunger for original stories
2. The quality of the films
3. The range of stories that Netflix Animation is telling

“So yes, the support for and response to these original animated features is incredibly encouraging – and it absolutely emboldens me to tell more original stories in the medium I love so much,” Woo said.

To infinity and beyond

Next year will serve as the ultimate test for theatrical animated originals.

While streaming will be stocked with these kinds of films, traditional studios are also attempting to introduce new concepts and characters to the masses via one-of-a-kind theatrical experiences.

Pixar has “Hoppers,” which looks to be one of the funniest movies ever produced by the studio (it’s about a grad student whose consciousness is transported into a robotic beaver); Disney is releasing an animated original, with an as-yet-unannounced director making her feature debut (this will be the studio’s first original feature since 2023’s borderline disastrous “Wish”); DreamWorks has “Forgotten Island,” from “Puss in Boots: The Last Wish” director Joel Crawford and Januel Mercado, with a story based in Philippine mythology; Sony Pictures Animation has “Goat,” about a goat who plays basketball (and dreams of being the Greatest Of All Time, obviously); and LAIKA will finally release the long-in-the-works stop motion epic “Wildwood,” which was recently described as the studio’s most ambitious film yet.



"Hoppers" (Disney/Pixar)

But both DreamWorks and Pixar also have animated sequels coming out in 2026 ("Shrek 5" and "Toy Story 5," respectively); Illumination has a sequel to "The Super Mario Bros. Movie" and the third "Minions" movie on the calendar; Warner Bros. Pictures Animation returns with a fully animated "The Cat in the Hat;" 20th Century has a sixth "Ice Age" movie; and Paramount has "The Legend of Aang: The Last Airbender," a follow-up to its popular animated series "Avatar: The Last Airbender," which ran on Nickelodeon from 2005 to 2008, plus another "Paw Patrol" movie, "Paw Patrol: The Dino Movie."

Will the animated sequels wholly overtake the originals? Or maybe a new paradigm will be written, er, drawn.

Una semana en noticias desde Los Ángeles...

14 julio, 2025

Supermán vuela a la cima de la taquilla. Con \$122 millones en el finde largo (empezaron los pases el jueves) "Superman" se hace con el número 1 y da cierto respiro a Warner, ya que su reinicio del universo DC ha empezado bien (aunque no espectacular). El número 2 es para "Jurassic World: Rebirth" que logra \$40 millones este fin de semana, y un estupendo acumulado de \$232 millones en Estados Unidos y pasa de los \$500 millones a nivel global. En el puesto 3 se encuentra "F1: The Movie" con \$13 millones en el finde.



Entre los estrenos limitados destaca la comedia negra de la francesa Eva Victor "Sorry, Baby" que logra acumular esta semana \$600.000 en 40 pantallas (la semana pasada estuvo en 14 pantallas).

Legendary Entertainment podría estar considerando adquirir Lionsgate Studios, según comenta Bloomberg. Lionsgate y Legendary están, como mínimo, en conversaciones sobre un par de coproducciones que podrían ser una prueba de fuego para ver cómo se complementan las dos compañías y qué rumbo tomarán a partir de ahí. Legendary Entertainment es cofinanciadora de grandes franquicias, principalmente de Warner Bros, como Dune (\$1.100 millones), las del Monsterverse y la película de Minecraft de este año (\$955,1 millones). Lionsgate es el estudio responsable de franquicias tan destacadas como John Wick, Los Juegos del Hambre, Saw, y Crepúsculo, con títulos galardonados en su catálogo de más de 20.000 títulos, como La La Land. Las acciones de Lionsgate

subieron un 20% hoy tras el informe de Legendary, con una capitalización bursátil de \$2.000 millones.

Según parece, Cindy Holland, exvicepresidenta de contenido original de Netflix, dirigirá las operaciones de streaming de Paramount+ cuando se apruebe formalmente la fusión de Paramount Global con Skydance Media, valorada en \$8.000 millones. Se espera que Holland, quien actualmente trabaja como consultora para Skydance, lidere la transformación creativa del servicio de streaming, que cuenta con 79 millones de suscriptores. George Cheeks, CEO de CBS y director de contenido de noticias y deportes, dirige actualmente Paramount+. Durante sus 16 años de carrera en Netflix, Holland fue clave en la transición del antiguo servicio de alquiler de discos a un streamer, además de en los éxitos originales «Stranger Things», «Orange Is the New Black» y «The Crown», y liderar acuerdos de contenido con Shonda Rhimes y los creadores de «Juego de Tronos», David Benioff y D.B. Weiss, entre otros.

“El contable 2” consiguió casi 80 millones de espectadores de Prime Video en todo el mundo desde su lanzamiento el 5 de junio, situándose oficialmente como la segunda película más vista de Amazon MGM Studios de todos los tiempos (en un periodo de 28 días). Se estrenó en exclusiva en cines durante 42 días antes de llegar a Prime Video. Recaudó en taquilla \$65,5 millones en Estados Unidos y los \$103,2 millones a nivel mundial.

A+E Global Media está explorando una posible venta o fusión. La compañía, ha contratado a Wells Fargo para que la ayude a analizar dichas opciones. A+E es propietaria de los canales de cable Lifetime, History Channel y A&E, así como de sus filiales de streaming y catálogos. Actualmente, la compañía es una empresa conjunta al 50% entre The Walt Disney Co. y Hearst.

«El Juego del Calamar», continúa triunfando. Por segunda semana consecutiva, la tercera temporada de «El Juego del Calamar» fue número 1 en general, y la serie de habla no inglesa más vista en Netflix, con 46,3 millones de visualizaciones hasta el 6 de julio. Se ha convertido en la tercera serie más vista de Netflix en dos semanas, con 106,3 millones de visualizaciones globales y el número 3 en la lista de las series más populares en lengua no inglesa. Las dos temporadas anteriores del K-drama también continuaron escalando posiciones en el top 10: la segunda temporada alcanzó el número 2 con 4,9 millones de visualizaciones y la primera el número 3 con 3,8 millones de visualizaciones.

Según el informe State of Media, Entertainment & Tech: Viewing Behaviors 2025 de Horowitz, los consumidores de Estados Unidos recurren cada vez

más a los canales FAST para ver televisión en vivo. El 85% está viendo algún contenido en vivo. Aunque los espectadores de mayor edad lo utilizan más (el 91% de los mayores de 50 años), incluso el 78% de los jóvenes de 18 a 34 años y el 81% de los de 35 a 49 ven televisión en vivo. El 57% dedica al menos la mitad de su tiempo de sintonía a contenidos en vivo, principalmente noticias y deportes, seguidos de episodios actuales de nuevas series. FAST fue la opción preferida para ver contenido en vivo (40%), seguida de la televisión por cable/satélite (36%), streamers por suscripción (33%), YouTube (19%) y los MVPD virtuales (16%). Los espectadores jóvenes que ven televisión en vivo (el 53% de los consumidores de 18 a 34 años y el 47% de los de 35 a 49) son mucho más proclives a utilizar servicios FAST para este fin.

El servicio de streaming insignia de Warner Bros Discovery ha vuelto este miércoles a su nombre original, HBO Max, poniendo fin a dos años en los que se lo conoció como Max.

En un duro golpe para los consumidores, los streamers no tendrán que facilitar la cancelación de suscripciones. Un tribunal federal de apelaciones anuló el martes la norma de la FTC «clic para cancelar», que exigía a las empresas proporcionar a los usuarios mecanismos sencillos de cancelación para detener inmediatamente todos los cargos recurrentes y obtener su consentimiento para convertir las renovaciones automáticas y las pruebas gratuitas en suscripciones de pago. Con esta medida, se les prohibía a las empresas dificultar la cancelación más que la suscripción. Su objetivo era eliminar los largos procesos de cancelación que atrapaban a los usuarios en suscripciones no deseadas.

Roku se renueva gracias al hombre de acero. La plataforma de televisión conectada y Warner Bros. Discovery se han unido para el estreno de «Superman» este fin de semana. La pantalla de inicio de Roku ahora incluye imágenes inspiradas en el superhéroe, incluyendo la primera experiencia de búsqueda de marca vinculada a un estreno en cines. La integración muestra el logotipo «S» característico del protagonista junto a la barra de búsqueda de Roku, mientras que una fila de la marca se anclará a la página de inicio para aumentar la visibilidad de la película estrenada esta semana.

TheVerge / Tech / Reviews / Science / Entertainment / AI / SUBSCRIBE 5:01 PM '24

ENTERTAINMENT / FILM / MOVIE REVIEW

James Gunn's Superman is exactly what DC's movies have been missing

DC Studios' new Superman movie feels like a wild comic book that's been brought to life.

By Charles Pullen-Moore
Jul 8, 2025, 5:01 PM GMT-7

[Twitter](#) [Facebook](#) [Reddit](#) [Email](#) (37 New)

For years, Warner Bros. Discovery has been playing a desperate game of catchup in hopes of recreating the success that Marvel achieved with its live action comics adaptations. DC movies had their moments, but they never managed to come together in a way that felt right or intentional. And for a long time, it seemed like WBD simply did not know how to pull itself out of a very expensive and artistically hollow downward spiral.

Things got so bad that the studio eventually pulled the plug on the entire enterprise and decided to start over with a new cinematic universe crafted by James Gunn and **Peter Safran**. **It felt like a risky bet both because of WBD's track record and the public's waning interest in superheroes. But as iffy as WBD's bet on Gunn seemed at first, his new Superman film is a shining example of what all the studio is capable of when the right creatives are in charge.**

Like most great comic books, the new Superman movie is as big as it is simple. It assumes you know most of the basics about its titular hero, but knows that there are **weird little pieces of his lore you probably aren't familiar with and will be delighted to learn about**. Even though it hits a lot of the same beats as previous Superman movies, it does so with a slick panache that feels wholly different from the kind of storytelling that WBD has been doing over the past few years. It feels like the sort of movie that the studio should have led with from the jump — **one that's romantic, and a little silly when it needs to be**. And its message about how immigrants are what makes the United States a beautiful vibrant place could not come at a more appropriate time.

Though Superman (David Corenswet) is a known quantity in this world who has been saving people from disasters for a bit of time, very few people know that he is also bumbling journalist Clark Kent. There are a couple of clever reasons that most folks **don't** recognize Clark when he takes off his glasses. But the duality of his identity is

something that Daily Planet reporter Lois Lane (Rachel Brosnahan) understands well. **Clark and Lois' colleagues Perry White (Wendell Pierce) and Jimmy Olsen (Skyler Gisondo) can kind of smell the Superman charade as well.** But with Metropolis constantly being **attacked by aliens and monsters, the people in Clark's life – aside from Lois – don't really have the mental bandwidth to put two and two together to realize that he's a superpowered man from another planet.**



Superman's alienness is something that consumes billionaire Lex Luthor (Nicholas Hoult), a man who insists that his technological creations are the solutions to all of humanity's problems. Lex would never admit it, but he's also just kind of a Superman stan whose desire to kill the last son of Krypton is rooted in a deep insecurity that Lex's girlfriend Eve Teschmacher (Sara Sampaio) can't fix. Even though he's constantly in the news for saving civilians, Superman's used to having haters. But it does perturb him to some extent the way that the members of the Justice Gang (yes, that's their name because the team is very new) — Mister Terrific (Edi Gathegi), Green Lantern Guy Gardner (Nathan Fillion), and Hawkgirl (Isabela Merced) – look at him askance.

Gunn's specific understanding of what makes DC Comics fun and different from Marvel fare is evident from the moment Superman starts. Everything is heightened and just shy of being over-saturated in ways that feel cartoony, but exactly the right kind of aesthetic vibe that a comic book movie should be leaning into. The Justice Gang are only a couple of people, and so when a kaiju of Lex's making starts tearing through Metropolis, Superman is the only person around who can do anything about it. And because the creature is so large, it takes all of his strength to put it down in a way that will keep the city safe.

The kaiju is just one of the many harebrained schemes Luthor has cooked up in hopes of **turning the public against Superman. It's a plot point the movie repeatedly reinforces in ways that illustrate the fact that Superman, as a character, has always been an embodiment of what it means to be an immigrant. No matter how much good Superman does in the world, Lex can only see him as a foreign invader — even though Superman looks and sounds every bit the American claims to be. That idea also**

comes to the fore in moments when Clark has to rush back to Smallville, Kansas to **see his mother Martha (Neva Howell) and father Jon (Pruitt Taylor Vince)**. You're meant to see the Kents as humans who are very different than Clark, but whose love has inspired within him a deep responsibility to protect other people regardless of their differences.



DC Studios

Superman also makes very clear that its world is very populated by different kinds of metahumans — some of whom are destined to become heroes, while others like the Engineer (María Gabriela de Faría) are dead set on being murderous villains. Gunn does a **tremendous job of making Superman's action gorgeous and reflective of the power fantasy that's built into Clark Kent. There's a cool, but playful energy to the way the movie depicts Superman flying around and letting his laser eyes fry through enemies who mean to harm civilians. Every set piece works to remind you that, in a world populated by superhumans, Superman's the best of the best. But he's also just a farm boy who happens to have excellent chemistry with a woman who wants the world to see him for what he truly is.**

There's a very pointed cheesiness to Clark and Lois' love story that feels like a complete 180 from the energy WBD and DC leaned into in the Snyder era. It's goofy, but it's fun and comes across like the kind of romance classic, Golden Age comics excelled at. It's refreshing to see that kind of energy on display in a genre that's felt decidedly devoid of intimacy and yearning. And it speaks to Gunn's grasp of what it takes to make these kinds of movies work across all ages.

Superman absolutely feels like a strong launching point for a new era of DC projects, **but what's less certain is the degree to which all of the studio's currently-announced projects will be able to match this movie's energy. Superman has always been the centerpiece of DC's brand, and the new film gets what makes these characters work. Now comes a much harder task: keeping this momentum going.**



Fotograma de la película de Blumhouse 'Five nights at Freddy's' · Fotografía: Universal

INDUSTRIA

Blumhouse se reestructura con la salida de un 6% de la plantilla en un mal año para sus estrenos

Ninguno de sus cuatro estrenos de 2025 –el último, 'M3GAN 2.0'– ha despuntado en la taquilla. Las esperanzas están puestas en la secuela de 'Five nights at Freddy's'

KINÓTICO 15.07.2025

No está siendo un buen año para Blumhouse y los despidos dados a conocer esta misma semana por Deadline son solo una línea negativa más en un 2025 para el que tienen todas las esperanzas puestas en 'Five nights at Freddy's 2'. A los animatrónicos y su fiel horda de fans se encomiendan para salvar los muebles mientras se ha conocido que seis empleados han sido despedidos en los últimos días. Según avanza Deadline, los despidos se enmarcan dentro de la reestructuración a la que está haciendo frente de la compañía, que emplea a alrededor de un centenar de personas. Por lo que las salidas equivalen a un 6% de su plantilla.

Fuentes consultadas por el citado medio apuntan a que los despidos afectarían a ejecutivos de nivel junior y del personal de apoyo de cine, televisión y casting y que ninguna de las salidas está relacionada directamente con los malos resultados en taquilla de 'M3GAN 2.0', estrenada hace solo unas semanas y muy por debajo de lo esperado. Una de las afectadas por la reestructuración sería la directora de Desarrollo Creativo, Haley Pigman, que fue parte del equipo de 'La mujer de las sombras', dirigida por Jaume Collet-Serra.

Hasta la fecha, ninguno de los cuatro títulos estrenados bajo el sello Blumhouse en salas ha conseguido cuajar en la taquilla. 'La mujer de las sombras', 'Hombre lobo' y 'Drop: Amenaza anónima' han funcionado a medio gas con sus 23,3M\$, 34,2M\$ y 28,6M\$ en la taquilla mundial. El último pinchazo ha sido la secuela de 'M3GAN', que roza los 34,5M\$. Los 180M\$ de la primera entrega quedan lejos. Todas las esperanzas de la compañía están puesta ahora en las dos secuelas que están por venir. La primera en hacerlo será 'Black Phone 2', el 17 de octubre y cuya entrega original cosechó 161,4M\$. Aunque la que realmente está destinada a romper la taquilla es 'Five Nights At Freddy's 2', que se estrena el 5 de diciembre y cuya predecesora cosechó hace dos años casi 291,5M\$ a nivel global.

En televisión, cuyas mediciones de éxito o fracaso van por otros derroteros, la gran apuesta del año es la serie 'Scarpetta' para Prime Video protagonizada por Nicole Kidman, Jamie Lee Curtis y Ariana DeBose. Esta nueva reestructuración en la casa del terror se produce tras la sufrida en 2023, cuando se redujo la sección televisiva tras la renuncia al puesto de presidente de Blumhouse Televisión de Chris McCumber, que acarreó el despido de 10 personas. Melissa Aouate se hizo cargo de la división en abril.

kinótico

TELEVISION

Movies TV Awards Music Hollywood Inc. Arts More ▾



YouTuber Michelle Khare, known for the series “Challenge Accepted,” is part of a lean group of YouTube peers who are eligible for this year’s Primetime Emmy Awards. (Luke Johnson / Los Angeles Times)

By **Kaitlyn Huamani** July 14, 2025 3 AM PT

Michelle Khare has mastered taekwondo, muscled through police academy and conquered Houdini’s deadliest trick. But now comes a different kind of challenge for the popular daredevil: proving to the Hollywood establishment that Emmy-worthy content arises from YouTube.

The host, known for her online reality series “Challenge Accepted,” is part of a group of YouTube creators with massive followings, producing high-caliber content, who are vying for Primetime Emmy Awards this year.

Although she won’t need to enlist the help of an Olympian or train for months this time around, she’s taking the challenge head-on. But while she’s been on the awards campaign, Khare said her top priority is letting her videos speak for themselves.

To that end, she's taken on some high-profile challenges lately, including surprising Tom Cruise at the premiere of "Mission: Impossible — The Final Reckoning." She got in by donning a mask a la the spy franchise, whipping it off for the big reveal. And she teased the process of training to take on Cruise's infamous stunt of hanging off a plane as it's taking off.

The video has garnered 769,000 views.

"My primary concern constantly is, 'Is the show we're making worth a nomination?' and it needs to be, always," she said.

Having a creator win an Emmy would be yet another milestone in YouTube's quest for global dominance.

People now spend more time watching YouTube on TV screens than viewing subscription-based streaming services like Netflix and Prime Video, according to data from Nielsen. On average, there are more than 20 million videos uploaded daily to YouTube, according to the company.

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

Creators self-submitted for the awards, and YouTube has been supporting their campaigns to bring awareness to their content and sway Emmy voters. The creators and YouTube are jointly contributing to the campaigns. No matter what happens when nominations are announced Tuesday, this year's push is a long time coming.

Traditional studios and networks have substantial budgets dedicated to awards campaigns because the trophies and the glamour of awards season are not just superficial. A major nomination or award serves as a signal of high quality and legitimacy. That would be all the more meaningful for online creators, who have traditionally been seen as on the outskirts of Hollywood.

For the individual creators and their companies, the investment in the Emmys race could lead to new or more fruitful relationships with advertisers and sponsors. The prestige recognition could also open the door for different opportunities for creators, like Lilly Singh's late-night stint or MrBeast's competition series on Prime Video.

Khare said when she met with YouTube Chief Executive Neal Mohan shortly after he was appointed in 2023, he asked her what the company could do for her. Helping a creator earn an Emmy was her request, she said.

"If it's not me on July 15, if it's anybody else, if it's this year, next year, 10 years from now, I can't wait," she said.



Khare said she always wanted to work in television and gained experience at legacy studios before joining BuzzFeed, which she called “paid graduate school for content creation.” (Luke Johnson / Los Angeles Times)

Khare, who is hoping for a nomination in the hosted nonfiction series category, is in good company with two other YouTube shows in the running for awards this year.

“Good Mythical Morning,” a daily show hosted by YouTube personalities Rhett McLaughlin and Link Neal, and Sean Evans’ talk show “Hot Ones,” where celebrity guests eat progressively spicier chicken wings, are also eligible for Emmys. Last year, “My Next Guest With David Letterman and John Mulaney,” an “Only Murders in the Building” aftershow and “The Daily Show” won in the respective categories these YouTubers are hoping for a spot in.

“There’s a reason traditional Hollywood cares about awards,” Khare said. “It attracts the crew who want to work on [the show]. It attracts the audience to bring viewership, and it also attracts advertisers to financially support and make the show continually sustainable, in addition to all of the other wonderful publicity things that it does to elevate us into this world against legacy television.”

In a 2024 guest column for the Hollywood Reporter, Mohan wrote that YouTube creators are not just vlogging from their bedrooms. They have writers’ rooms, production teams and business strategies. Mohan wrote that the Television Academy recognizing creators wouldn’t “detract from its storied history” but rather ensure the group is forward-looking.

“In order to maintain its relevance and emerge a leader in the digital age of entertainment, the Emmys should celebrate all kinds of content, especially the creators whose storytelling is pushing culture forward,” he wrote.

A 2025 report from the Television Academy released in February shows the members skew older. About 50% of the body reported their age, and of that group, roughly 68% are age 41 or older.

Much of the challenge in these creators’ quests to get nominated for or win an Emmy Award is making sure voters are familiar with their YouTube content. Although they each attract millions of viewers, Hollywood’s more old-school folks might not have come across their videos before the awards push began.

Khare, who said she had always wanted to work in television, started off interning at legacy studios before she took on a role as a video producer for BuzzFeed in its heyday. She said her experience making YouTube videos for the media company was like going to “paid graduate school for content creation.” At the same time, she was “moonlighting” as a professional cyclist, she said.

Creating “Challenge Accepted,” where she often undertakes incredible physical tasks, was a marriage of her love for video content and athletics. And the extreme stunts she’s able to pull off make her particularly adept at getting attention online. Training like an Olympic boxer, for example. Or learning how to take hits like a superhero stunt performer.

Beyond what creators are doing and contributing to the campaigns themselves, YouTube is supporting the push for Emmys, most visibly by hosting its first formal For Your Consideration, or FYC, event in coordination with the Television Academy.

More than a decade ago, Bernie Su won an Emmy for a YouTube series he worked on. As far as he's aware, his 2013 win marked the first time "the word YouTube has ever appeared on the trophy," Su said. He went on to win two more Emmys, one for another YouTube series and one for a Twitch series.

The category for his YouTube wins, recognizing creative achievement in interactive media for an original interactive program, is judged by panels of industry professionals, rather than by popular vote.

But Su said his road to win the Emmys looked very different than the creators in the race today. YouTube wasn't even aware he and his team were submitting their series for Emmy consideration in 2013, he said.

Still, Su said he's rooting for Khare and the other creators in the running this year, especially since he's seen firsthand how an Emmy Award helps to legitimize digital-native work.

"My parents are very much all about the three Emmy wins when they talk about their son," he said. "Not about anything else. It starts there. That's the nexus of the work that I do."

YouTube declined to share how much money the company has spent to support the campaigns this year. Angela Courtin, a YouTube executive who's helming the awards push, said the company is relying on "existing commitments" like billboard space and activations at film festivals to highlight the Emmy contenders.

"When they decided that they wanted to be seen among their peers equally, then it became our responsibility and our opportunity, as well as our privilege, to collaborate with them to do so," Courtin said. "At the end of the day, the award sits on their mantle, not ours. It will never be in my office."

Offering this kind of support to creators serves YouTube too.

Beyond the benefits of recognition as a serious player in the traditional television world, and the potential boost in advertising dollars flowing to the company, YouTube putting both monetary and figurative weight behind creators is a worthwhile investment, said Jeremy Goldman, senior director of briefings at eMarketer. After all, YouTube doesn't want to lose more of its talent roster to Instagram Reels and TikTok.

"YouTube creators can take their ideas elsewhere," Goldman said. "The more you support them, the more likely they are to go to YouTube for future endeavors, which has been very valuable for YouTube, because it's basically people creating [intellectual property]."



Evans, left, Khare, McLaughlin and Neal each spoke to Television Academy members about their shows at YouTube's For Your Consideration event in May. (Araya Doheny / Getty Images for YouTube)

Brian Flanagan, the president of Mythical, the studio founded by YouTubers Rhett and Link, said seeking awards recognition is not about ego but about acknowledging the many people behind "Good Mythical Morning" and the other shows Mythical makes that draw audiences in the millions.

"GMM" is eligible in the category honoring short-form comedy, drama or variety series. Recent winners include "Carpool Karaoke: The Series" and "I Think You Should Leave With Tim Robinson."

Mythical is also acutely aware of the business implications of a major award nomination or win.

"If you want to seek premium advertising, top-flight guests and other trappings of the best of the best of Hollywood television, it could really be a distinguishing mark, and we'd be excited to have that stamp on us," Flanagan said.

Evans, who is vying for recognition in the talk series category with the likes of Jon Stewart, Jimmy Kimmel, Seth Meyers and Stephen Colbert, told The Times in June that he feels "Hot Ones" should be in the mix with these traditional television mainstays.

"I didn't know that we'd be a part of the conversation, never dreamed of it," he said. "But now that we are, I'll say with my full chest that we belong."

Khare would also be entering a storied category with legendary past winners like Anthony Bourdain and David Letterman. That prospect, perhaps unsurprisingly given her record of daunting feats, doesn't intimidate her.

The list of past winners in this category and other television stars who have inspired Khare's work are mostly men. "I would love to inspire young women to go out and be great too," she said.

Despite the tough odds of securing not only a nomination but shooting for a win in a competitive field, Khare remains optimistic about her chances.

"Conan O'Brien, I'm coming for you," she quipped.

El nuevo canal de Movistar Plus+ ya está aquí, y ésta es la programación completa de su primer fin de semana

'Vacaciones por M+' está en emisión desde ayer, 10 de julio de 2025, y ya tenemos la programación de los primeros días



11 Julio 2025 Samuel Fernández

Como os contamos el pasado 30 de junio, Movistar está de obras. Todos aprovechamos las vacaciones de verano para llamar a los pobres albañiles, que trabajan en la época de más calor con la máxima carga de trabajo, aquí no se libra nadie. Pero los albañiles de Movistar tampoco tendrán tantas tareas pues ya han armado lo que tenían que armar. El nuevo canal vacacional de Movistar Plus+ para el verano ya está funcionando.

Hablamos del canal 'Vacaciones por M+' que se incorporaba a la parrilla de la plataforma, tanto a través del descodificador como a su plataforma pura de streaming, y que llenaría este verano de películas y conciertos. Artistas del nivel de Taylor Swift y Lola Índigo se pasarán por aquí con conciertos exclusivos, y también tendremos muchas más horas de entretenimiento hasta septiembre.

Cientos de horas de cine y conciertos para el verano

El nuevo canal 'Vacaciones por M+' ya está operativo desde ayer, 10 de julio, y cada día emite desde aproximadamente las 8 de la mañana. Desde ADSLZone facilitan la programación completa de los primeros días, fin de semana incluido, y es la siguiente.

Programación del 11 de julio

- Mamma Mia! Una y otra vez – 07:24
- Taylor Swift: La voz de una generación – 09:13
- One Zoo Three: Día de deporte – 10:07
- Trolls 3: Todos juntos – 10:32
- Campamento de verano – 12:02
- Elsbeth (T1): Ep.3 La típica neoyorquina – 13:37
- Elsbeth (T1): Ep.4 Abajo el amor – 14:20
- Bitelchús Bitelchús – 15:05
- Nanny McPhee – La niñera mágica – 16:47
- Bookworm. El misterio de la pantera – 18:22
- Jumanji: Bienvenidos a la jungla – 20:04
- Twisters – 22:00
- Los tres mosqueteros: Milady – 00:01
- Ready Player One – 01:55
- Avril y el mundo alterado – 04:10
- Dragon Ball Super: Broly – 05:52

Programación del 12 de julio

- Tiddler – 07:29
- Pico de Oro y sus amigos – 07:55
- Un rey supermono – 09:30
- La bella y la bestia – 11:09
- Extras de Caminando entre dinosaurios: Últimos días – 13:00
- Caminando entre dinosaurios: La huérfana Triceratops – 13:08
- Extras de Caminando entre dinosaurios: Creando al Spinosaurus – 13:58
- Caminando entre dinosaurios: La lucha en el río del Spinosaurus – 14:08
- Dragonkeeper: Guardiania de dragones – 14:59
- Vacaciones – 16:35
- Un regalo para papá y mamá – 18:12
- Shin Godzilla – 19:37
- Leo talks: Obsesión por la salud – 21:33
- Venom: el último baile – 22:00
- Wonder Woman – 23:47

- Wonder Woman 1984 – 02:05
- Spider-Man: Lejos de casa – 04:31

Programación del 13 de julio

- Los dinosaurios más desconocidos – 06:37
- Hola, verano – 07:32
- Angry Birds. La película – 07:45
- Angry Birds 2. La película – 09:20
- Concierto Manuel Carrasco: La Última Flecha – 10:55
- The Americas: La Costa Atlántica – 13:29
- The Americas: México – 14:14
- Un lío de millones – 15:00
- Click – 16:30
- Como Dios – 18:15
- LOL – 19:55
- Leo talks: Culto al cuerpo – 21:30
- Chicas malas: la nueva película – 22:00
- Siempre jóvenes – 23:50
- Campeón – 01:25
- Juntos y revueltos – 02:51
- Hairspray – 04:43

Hasta cuándo estará disponible 'Vacaciones por M+'

Movistar informa de que su nuevo canal de vacaciones emitirá desde el 10 de julio (comenzó las emisiones ayer) hasta el próximo 7 de septiembre de 2025. No habrá que pagar ningún extra para acceder a él ya que se incluirá en las suscripciones básicas de la plataforma, tanto con la fibra de la propia Movistar como a través de la plataforma de contenidos por streaming.

Movistar Plus+ estrenará todas estas películas de cine en exclusiva

Justo Romanos Publicado el 13 de julio, 2025



El servicio de televisión Movistar Plus+ se encuentra preparando la llegada de una batería de estrenos que procederán directamente del cine y que serán, en gran medida, producciones de gran repercusión y presupuesto. Los usuarios tendrán acceso exclusivo a algunas de las mejores películas de Hollywood directamente dentro de su suscripción.

Hace unos días te hablamos de cómo Movistar Plus+ había renovado el acuerdo que tenía con Sony Pictures. En la información comentamos algunos de los títulos que estaban dentro del acuerdo y ya avanzábamos que significaba una gran noticia para los usuarios de Movistar Plus+. Ahora vamos a profundizar más a fondo sobre estas películas para ver, con más precisión, qué es lo que espera a los suscriptores en el futuro. Las fechas indicadas entre paréntesis corresponden al año de estreno en cines y no necesariamente al año en el que se unirán a los estrenos de Movistar Plus+.

Franquicia	Próximos Títulos en el Acuerdo	Nota Estratégica
Universo Spider-Man de Sony	'Brand New Day', 'Beyond the Spider-Verse'	Activo más valioso del acuerdo, con gran poder de atracción de suscriptores.
Jumanji	Secuela de 'The Next Level'	Franquicia familiar de éxito probado en taquilla.
Karate Kid	'Karate Kid: Legends'	Conecta con la nostalgia y el éxito masivo de la serie de Netflix.
Adaptaciones de Videojuegos	'The Legend of Zelda', 'Ghost of Tsushima', 'Days Gone'	Mercado en plena expansión con una base de fans muy dedicada.
Terror / Slasher	'28 años después', 'Sé lo que hicisteis...'	Género con público fiel y potencial viral.

28 años después (2025)

Entre todos los títulos mencionados en la nota de Movistar Plus+, posiblemente este será el que primero se estrenará en el servicio de la operadora. El motivo de ello es que ya ha pasado por las salas de cine, así que su periodo de espera entre cine y Movistar Plus+ ha comenzado a contabilizarse.



Como seguro que ya sabes, se trata de la nueva entrega de la famosa saga de terror de zombis que cautivó a una generación y que vuelve a la carga con nuevos personajes. La última evolución de los zombis y una forma distinta de rodar las escenas mediante el uso del iPhone, le proporciona a la cinta un enfoque muy diferente a lo habitual. Ya está confirmada que habrá una nueva entrega de la saga que se estrenará en cines el día 16 de enero de 2026 y que, por lógica, también debería llegar primero a Movistar Plus+ tras su paso por salas.

Sé lo que hicisteis el último verano (2025)

En cines se estrena la próxima semana, el 18 de julio, así que tampoco habrá que esperar excesivamente para verla en Movistar Plus+. Es otra saga de terror que vuelve directamente desde los años 90 y que se sitúa 27 años después de lo ocurrido en las películas originales. Si bien es una cuarta entrega y la historia ha avanzado, eso no impedirá que la película recupere a dos de sus protagonistas originales: Jennifer Love Hewitt, la protagonista de la serie Entre fantasmas, y Freddie Prinze Jr.



La historia vuelve sobre la misma que se desarrolló la primera entrega: cinco jóvenes atropellan y asesinan a un peatón y, años después, comienzan a ser perseguidos por una misteriosa presencia que les amenaza. Como parece que el asesino está imitando lo ocurrido en Southport en el pasado, los protagonistas buscarán a los supervivientes del incidente original para pedirles ayuda.

Karate Kid: Legends (2025)

Aunque su estreno en los cines se aplazó hasta el 8 de agosto de este año, la película de artes marciales también acabará llegando a Movistar Plus+ como primera plataforma de estreno en streaming. Se trata de una nueva película del universo de Karate Kid iniciado en 1984 con la película que protagonizaron Ralph Macchio y Pat Morita.



La historia se desarrolla tiempo después tras el final de la serie Cobra Kai de Netflix y lleva a cabo la conexión entre el mundo de la trilogía original con Cobra Kai y con The Karate Kid, la versión que protagonizó Jackie Chan en 2010. Para quienes siguen de cerca la franquicia y han visto todos los episodios de la serie, se trata de uno de los estrenos más interesantes entre los que vienen.

Jumanji (2026)

La tercera entrega de la secuela de Jumanji, la cual volverá a contar con, Jake Kasdan, el mismo director, y que se estrenará en los cines en diciembre de 2026 para intentar triunfar en la taquilla en el periodo de Navidad. Las negociaciones para que vuelvan sus protagonistas ya están en marcha y el mercado espera que todos ellos estén presentes en la cinta: Dwayne Johnson, Jack Black, Kevin Hart y Karen Gillan.

La duda que habría sería si sus versiones del mundo normal, los chicos que se metían dentro del videojuego, también reaparecerán o si Jumanji cambiará el contexto y a esa parte de los protagonistas. Teniendo en cuenta que la anterior entrega se estrenó en 2019, es posible que sí haya un cambio.

Spider-Man: Brand New Day y Spider-Man: Beyond the Spider-Verse

Las dos próximas películas de Spider-Man llegarán primero a los cines y luego estarán disponibles en exclusiva inicialmente en Movistar Plus+. Esto se mantiene respecto a la política actual, en la cual hemos podido ver antes en Movistar títulos como Kraven the hunter, título que ha llegado recientemente al servicio de la operadora.



La tercera película de animación de Spider-Man se estrenará en cines en 2026 antes de llegar a Movistar Plus+ / Imagen: Sony Pictures Animation

Spider-Man: Brand New Day está previsto que se estrene en cines el día 31 de julio de 2026 según el calendario de Sony, siendo la próxima película de la saga protagonizada por Tom Holland. Estará conectada con el resto de películas de Marvel y podría tener una importante relevancia en el futuro estreno de las próximas entregas de Los Vengadores.

Por su lado, Spider-Man: Beyond the Spider-Verse se estrenará en cines el 4 de junio de 2027 y será la tercera película de animación de la franquicia. La historia protagonizada por Miles Morales sigue avanzando y es posible que el título (Spider-Man: Más allá del Spider-Verso) sea bastante significativo de lo que espera a los espectadores.

Los Beatles

Se estrenará en cines en abril de 2028 y se trata de uno de los proyectos más ambiciosos que se hayan llegado a ver en la gran pantalla a la hora de narrar la historia de un grupo musical. El motivo de ello es que serán un total de cuatro películas que se interconectarán y que explorarán, cada una de ellas, la historia de uno de los miembros de los Beatles.

El responsable del proyecto es Sam Mendes, director que tiene en su historial películas tan importantes como American Beauty, Camino a la perdición, Skyfall, Spectre o 1917.

The Legend of Zelda

La ambiciosa adaptación al cine del videojuego de Nintendo que ha acompañado durante décadas a los amantes de la aventura y los RPG. Aunque todavía no se conocen detalles muy profundos de la adaptación, el éxito que ha tenido la adaptación animada de Super Mario Bros. ha esperanzado a los fans, quienes esperan una adaptación de calidad. Su estreno en cines se producirá el día 7 de mayo de 2027.

Película	Fecha de Estreno en Cines	Fuente / Estado
28 años después	Junio 2025	Confirmado en comunicado
Sé lo que hicisteis el último verano	18 de julio de 2025	Confirmado (IMDb)
Karate Kid: Legends	8 de agosto de 2025	Confirmado
Jumanji 4 (título provisional)	Diciembre de 2026	Confirmado en comunicado
Spider-Man: Brand New Day	31 de julio de 2026	Confirmado (Sony Pictures)
The Legend of Zelda	7 de mayo de 2027	Confirmado en comunicado
Spider-Man: Beyond the Spider-Verse	4 de junio de 2027	Confirmado (Sony Pictures)
Proyecto 'Los Beatles' (4 películas)	Abril de 2028	Confirmado en comunicado

Otros estrenos futuros

Aunque en el comunicado de Movistar Plus+ no se han destacado estos títulos, mirando el calendario de futuros estrenos y proyectos de Sony podemos ver que hay más películas esperadas en camino. Si bien, eso sí, faltaría confirmación de su llegada futura al catálogo de la plataforma.



El universo de Cazafantasmas: Imperio helado tendrá una nueva entrega / Foto: Sony Pictures

Esta lista podría incluir, por lo tanto, los siguientes títulos, entre otros:

- A Big Bold Beautiful Journey (2025)
- Chainsaw Man – The Movie: Reze Arc (2025)
- Anaconda (2025)
- 28 Years Later: The Bone Temple (2026)
- Goat (2026)
- Shiver (2026)
- Resident Evil (próxima película de la franquicia, 2026)
- Street Fighter (nueva adaptación del videojuego)
- Cazafantasmas: Imperio helado (nueva secuela)
- Uncharted: Parte 2
- Christine (remake de la película basada en la historia de Stephen King)
- De ladrón a policía 2 (secuela de la película de 1999 protagonizada por Martin Lawrence)
- Garfield: La película 2

Además, entre otros proyectos a largo plazo hay películas de varios videojuegos de Sony que, si se mantiene el acuerdo en el futuro entre Movistar Plus+ y la empresa cinematográfica, también se deberían estrenar primero en la operadora. Este sería el caso de las películas de Days Gone, Ghost of Tsushima o Horizon Zero Dawn.

Con todas estas películas camino de Movistar Plus+ antes o después, los suscriptores del servicio saben que tienen garantizado el disfrutar de buen cine. Sobre todo, las películas basadas en sagas como Resident Evil,

Jumanji o Cazafantasmas, son producciones que se esperan con mucho interés. Sony lleva décadas demostrando producir cine de gran calidad y que Movistar Plus+ lo estrene primero será algo muy importante.

Solo necesitas 3 horas: las miniseries de Movistar Plus+ que te van a enganchar este verano

Este verano no hace falta estar en casa para ver buena televisión. Solo necesitas un rato libre, un poco de sombra... y una cuenta de Movistar Plus+ (9,99€/mes)



Marina Ros Creada: 14.07.2025

Verano no es tiempo de maratones infinitos ni de dramas de 12 temporadas. Es tiempo de siestas, playa y de series que puedas devorar en una tarde de calor (o en una noche de ventilador). Por eso Movistar Plus+ se ha sacado de la manga un catálogo de miniseries ideales para quienes quieren buenas historias sin hipotecarse emocionalmente.

¿Lo mejor? No necesitas ni semanas ni excusas para verlas. Un par de tardes (o incluso una sola) y listo. Si tienes vacaciones, tiempo libre o simplemente ganas de dejar de hacer scroll, aquí van cinco miniseries recientes que merecen muchísimo la pena. Y si no estás suscrito, ahora puedes verlas por solo 9,99 € al mes, sin permanencia y con posibilidad de verlas offline en el móvil o la tablet.

‘La canción’: Cuando España se jugaba el orgullo en Eurovisión

Una historia que empieza en los 60, pero que podría decir mucho sobre nosotros hoy. Esta miniserie de 3 episodios revive la inolvidable (y nunca del todo clara) victoria de España en Eurovisión 1968. Massiel, el régimen, los tejemanejes y ese impulso patrio por ganar a lo que sea.



Protagonizada por Carolina Yuste, Patrick Criado y Àlex Brendemühl, es nostálgica, política y más emocionante de lo que esperas. Ideal si te gusta el salseo histórico con buena producción y ambientación.

Duración total: 2 horas y 30 min aprox.

Perfecta para una tarde nostálgica con vermut.

‘Agatha Christie: hacia cero’: Misterio clásico con aire de vacaciones peligrosas



Solo tres episodios bastan para que empieces a sospechar de todos. Y eso que empieza como una escapada costera entre exes, pero con Agatha Christie, ya sabes que nadie está a salvo. Ambientada en Inglaterra en los años 30, esta adaptación es elegante, tensa y muy fiel a la autora.

La atmósfera, los personajes y ese giro final que lo cambia todo... Lo tiene todo para una sesión maratónica sin levantarte del sofá (ni del chiringuito, si te la descargas).

Duración total: 2 horas y 40 min aprox.

Ideal para amantes del whodunit y del té con veneno.

‘Dos familias’: El intercambio de bebés más inquietante de la televisión



Si buscas emociones fuertes en 4 episodios, esta serie es un planazo. Dos parejas descubren que sus hijos fueron cambiados al nacer... y lo que parecía un drama compartido se convierte en una guerra fría de mentiras, manipulación y obsesión.

James Norton y Jessica Brown Findlay protagonizan esta historia que empieza con empatía y termina con la sensación de haber mirado algo demasiado íntimo. Te enganchará y te removerá por dentro.

Duración total: 3 horas aprox.

Perfecta para quienes adoran los dilemas éticos con sabor a thriller.

‘Querer’: Una bomba emocional en 4 actos

No es una serie ligera, pero es de esas que te dejan pensando durante días. Tras 30 años de matrimonio, Miren denuncia a su marido por violación continuada. ¿Y si tus padres no son quienes creías? ¿Y si tu familia se rompe desde dentro?

Nagore Aramburu y Pedro Casablanc lideran un reparto que brilla con crudeza en cada escena. Cuatro episodios que abren heridas y no permiten mirar hacia otro lado.

Duración total: 3 horas aprox.

Para quienes buscan historias que no solo entretienen, también incomodan (y mucho).

‘Antidisturbios’: Un clásico moderno que sigue siendo adictivo



Vale, no es tan corta. Pero si aún no la has visto, el verano es el momento ideal. Seis capítulos de una tensión brutal, con sello Sorogoyen, y una historia que habla de policías, poder, violencia, corrupción y obsesiones personales.

Tiene un ritmo que no decae, giros que descolocan y un retrato de la masculinidad en crisis que ya es objeto de análisis académico. Un imprescindible moderno.

Duración total: 5 horas aprox.

Si buscas algo potente, actual y visualmente impecable.

Bonus: Puedes verlas sin Wi-Fi, sin datos... y hasta en modo avión

¿Te vas de vacaciones sin cobertura o sin querer gastar megas? Con la función de ver offline de Movistar Plus+ puedes descargarte hasta 60 contenidos al mes y verlos desde tu móvil o tablet sin conexión. Ideal para el tren, el avión o esa playa sin señal donde solo el viento sabe que estás viendo una serie sobre Massiel o sobre un asesinato victoriano.

Movistar Plus+ se prepara y comienza a probar un canal HDR para ver el fútbol de LaLiga

Justo Romanos Publicado el 14 de julio, 2025



LaLiga EA Sports dará comienzo el 15 de agosto y en Movistar Plus+ ya están preparando el terreno para que el debut de la competición se lleve a cabo de la mejor forma posible. Para ello, la plataforma ha comenzado a probar un nuevo canal dedicado al fútbol que estará en HDR.

Para muchos aficionados, la forma en la que se verá el fútbol en la próxima temporada, la 25/26 todavía es una incógnita. No por los canales, que ya han sido anunciados tal y como comentamos el 7 de julio, sino por la calidad con la que se emitirá la imagen. ¿Habrá emisión 4K? ¿Qué partidos se verán con la mejor calidad de imagen posible? Los usuarios suscritos a Movistar Plus+ esperan impacientes saber cómo verán el fútbol esta próxima temporada.

Un nuevo estándar para LaLiga

En la campaña pasada hubo muchos usuarios que se quejaron por la forma en la que solo se emitían en el canal UHD los partidos de dos equipos. Tal y como la operadora mencionó en distintas ocasiones, se emitían los partidos de Real Madrid o Barcelona, puesto que son los que, de manera habitual, tienen mayores niveles de audiencia. De todas formas, el pensamiento que se generalizó en ese momento es que quizá, como había

pasado antes con otras mejoras de resolución, al final se terminarían extendiendo los partidos cubiertos en UHD a otros equipos.

La mala noticia es que, salvo sorpresa, no será así. En realidad, desde LaLiga han adoptado un nuevo estándar para todos los partidos y eso significa que ya no habrá más emisiones UHD. Por lo tanto, los partidos del Fútbol Club Barcelona y del Real Madrid tampoco se verán con esta calidad de imagen. En su defecto, la buena noticia es que el nuevo estándar, el formato HDR (High Dynamic Range), se adoptará para, aparentemente, todos los equipos. Por lo tanto, aunque haya una pérdida de calidad respecto a la temporada pasada en los dos equipos mencionados, los seguidores de los demás conjuntos sí que mejorarán la visualización.

Parámetro Técnico	Formato Anterior (UHD Seleccionado)	Nuevo Estándar (HDR Global)
Resolución	3840x2160p (4K)	1920x1080p
Rango Dinámico	SDR (Standard Dynamic Range)	HDR (High Dynamic Range - HLG)
Cobertura de Partidos	~2 por jornada (Real Madrid/FC Barcelona)	Todos los partidos de la jornada
Bitrate Estimado	~25-40 Mbps	~12-18 Mbps
Principal Ventaja	Máxima nitidez y detalle	Colores más vivos, mejor contraste y experiencia uniforme

Para tener toda la infraestructura lista de cara al inicio de la competición, Movistar lleva un tiempo haciendo pruebas de las emisiones HDR y ahora hemos visto que, en el deco virtual ya ha aparecido el canal M+ LaLiga TV HDR. Con este canal se pone en marcha el proyecto de Movistar Plus+ a contrarreloj para que, al inicio de la competición, todos los partidos ya se puedan visualizar en HDR.

El deporte UHD sigue en Movistar Plus+

Movistar Plus+ va a continuar emitiendo deporte en directo en UHD para que los usuarios que disponen de televisiones que están preparadas para ello puedan sacar el máximo partido a sus pantallas. Una buena demostración de ello es la reciente emisión del torneo de tenis de Wimbledon, el cual se ha podido ver en UHD de una manera realmente atractiva.



El canal dedicado a la emisión de Wimbledon UHD 4K ha estado disponible en Movistar Plus+ / Imagen: cotoways (Foro ADSLZone)

Como con otros contenidos con los que el servicio de Movistar siempre trata de ofrecer la mejor calidad, con el deporte ya han demostrado que están muy volcados en proporcionar la mejor calidad de imagen. En el caso de LaLiga, aunque la comunidad de aficionados está sorprendida por no tener acceso a los partidos en calidad UHD, hay que decir que no se trata de una decisión de Movistar. El motivo del cambio se encuentra en el giro que ha tomado LaLiga en la retransmisión de los partidos y en la adopción del estándar HDR como calidad central con la que ver los encuentros.

Lo más probable es que, para ver los encuentros en UHD, haya que esperar hasta que, desde LaLiga, tomen otra decisión de cambio en el futuro. Pero el análisis del mercado nos permite ver que es muy posible que la adopción de esta calidad de resolución no se vaya a producir próximamente. La buena noticia, como mencionábamos, es que, con la entrada del HDR para todos los partidos, significará la oportunidad de ver a los equipos con una alta calidad de imagen. Con la resolución HDR, entre otras cosas, se disfruta de una imagen con colores de mayor realismo.

Dos historias de amor conectadas por el tiempo. Tráiler de 'Outlander: Sangre de mi sangre'

Vía Starz, Movistar Plus+ por Wanchope 14 de julio de 2025



Starz y Movistar Plus+ presentan el tráiler oficial de 'Outlander: Sangre de mi sangre', precuela independiente de la exitosa serie basada en las novelas de Diana Gabaldon que se estrenará en España el sábado 9 de agosto, horas después de su estreno en USA.

Esta precuela presenta un nuevo reparto, personajes e historias que atraparán a los espectadores no familiarizados con el universo de la serie original, al tiempo que relata el origen de aquellos personajes favoritos de los fans que protagonizan las primeras temporadas de 'Outlander'.

Además, la serie descubrirá nuevas perspectivas que cambiarán lo que creen saber los seguidores de la serie original, disponible al completo en Movistar Plus+, la única plataforma en España que ofrece a sus clientes todos los episodios emitidos de la popular saga.

'Outlander: Sangre de mi sangre' traslada a los espectadores desde los campos de batalla devastados por la Primera Guerra Mundial hasta las extensas Tierras Altas de la Escocia del siglo XVIII, prometiendo dos nuevas historias de amor llenas de lealtad, pasión y deseo, al tiempo que las jóvenes parejas protagonistas desafían a las fuerzas que intentan separarlas.

La serie explora la vida y la relación de los padres de Claire, Henry Beauchamp (Jeremy Irvine) y Julia Moriston (Hermione Corfield), y de los padres de Jamie, Brian Fraser (Jamie Roy) y Ellen MacKenzie (Harriet Slater). Su reparto principal lo completan Tony Curran como Simon Fraser, Lord Lovat; Séamus McLean Ross como Colum MacKenzie; Sam Retford como Dougal MacKenzie; Rory Alexander como Murtagh Fitzgibbons Fraser; y Conor MacNeill como Ned Gowan.

Matthew B. Roberts es el showrunner de la serie, y también productor ejecutivo junto con Maril Davis, Jim Kohlberg y Ronald D. Moore, creador de la serie original.

'Outlander: Sangre de mi sangre' es una producción de Sony Pictures Television. Su primer episodio se estrenará en Movistar Plus+ en exclusiva el próximo 9 de agosto. Cada sábado un nuevo episodio disponible hasta completar un total de diez el 11 de octubre. Recordemos que la serie ya ha sido renovada de antemano por una segunda temporada que ya se encuentra incluso en producción.

Ya en 2026 será cuando se estrene la octava y última temporada de 'Outlander', también de la mano de Movistar Plus+

TV-Comunicación

‘Volver a ser grandes’, el emotivo homenaje de Movistar Plus+ al fútbol modesto

La plataforma de Telefónica recoge en un reportaje exclusivo historias y testimonios sobre equipos históricos del fútbol español que militan en Segunda División



El Real Oviedo ha logrado el ansiado ascenso a Primera División 24 años después. / MOVISTAR PLUS+

Juan José Gardón 14 de julio 2025

El Real Oviedo lo ha conseguido 24 años después. Equipos como el Real Sporting, Real Zaragoza, RC Deportivo, Real Racing Club y Málaga volverán a intentarlo. La última temporada de Segunda División ha contado con seis equipos que hicieron historia en Primera hace no mucho tiempo. Movistar Plus+ ha estrenado en exclusiva Volver a ser grandes, el reportaje disponible bajo demanda que habla sobre estos equipos históricos que están en la categoría de plata del fútbol español.

Personalidades reconocidas vinculadas a cada equipo como el actor Antonio de la Torre, el cantante Enol, el creador de contenido Dani Fernández y los escritores Nacho Carretero, Marta San Miguel y Luis Alegre se unen a este reportaje para contar lo que significa esta lucha.



Volver a ser grandes cuenta la dura travesía de campeones de Liga, equipos Champions o históricos que pasaron de la euforia al desplome. Un análisis con dos caras. Por un lado, los periodistas que mejor conocen su trayectoria para saber qué pasó y hacia dónde van. Por otro, aficionados destacados para mostrar un sentimiento único. En definitiva, el análisis del complicado retorno sostenido por el apoyo de una enorme y fiel masa social.

DIARIO DE SEVILLA, DIARIO DE JEREZ, DIARIO DE CÁDIZ, GRANADA HOY, MÁLAGA HOY, EL DÍA DE CÓRDOBA, HUELVA INFORMACIÓN, DIARIO DE ALMERÍA, EUROPA SUR

La Mirada

NORTE



‘Agatha Christie: Hacia cero’, intrigas y misterio inglés que siempre satisface en 3 capítulos

14 julio 2025

¿Qué relación hay entre un intento de suicidio fallido, una acusación de robo injusta contra una alumna y la vida sentimental de un famoso tenista? (Movistar plus +)

LMN

En la senda de miniseries que adaptan novelas de Agatha Christie, que la BBC viene distribuyendo de forma regular los últimos diez años, Hacia cero se revela en primer término como una algo torpe historia de enredos, y en segundo una por momentos sorprendente reflexión sobre cómo toman forma los fantasmas del pasado, que vuelven siempre como lo hace la marea.

La BBC ha auspiciado, en los últimos años, las mejores adaptaciones de Agatha Christie del panorama actual. La receta suele ser siempre la misma: un par de grandes nombres que den cierto fulgor al casting, un alto valor de producción sin miedo a los recursos, y una estructura estudiadísima de entre dos y tres episodios de una hora que bien podrían verse como largometrajes, pero que permiten a la cadena explotar el órdago de la audiencia al máximo.



Hacia cero ofrece una refrescante vuelta de tuerca al murder mystery de Gull's Point. Si bien el atormentado y alcohólico Inspector Leach –sobrino del superintendente Battle, personaje recurrente en las novelas–, al que da vida un Matthew Rhys parece un reflejo vengativo del Perry Mason que él mismo interpretaba en la serie homónima de Max, cancelada en su segunda temporada y, con todo, uno de los mejores noir de la plataforma.

Sinopsis

En Gull's Point, la viuda Adele Fortescue es encontrada muerta, y el superintendente Battle junto al inspector Leach inician una investigación llena de intrigas. Un intento de suicidio fallido, una acusación de robo fabricada y los enredos amorosos de una estrella del tenis se entrelazan, revelando una compleja red de engaños.

A medida que se desvelan secretos del pasado, cada pista acerca más a la verdad detrás del asesinato, en un caso donde nada es lo que parece.

[Living](#) > [Ocio y cultura](#)

De todos los estrenos de cine de Movistar Plus+ en 2025, me quedo con esta adictiva película de suspense de Hugh Grant que alaba la crítica: "Resulta imposible apartar la mirada"

Esto es lo que dijo el crítico de 'El Mundo' de esta fabulosa película de suspense de Hugh Grant que acaba de llegar a Movistar Plus+.

Por Begoña Alonso Publicado: 14/07/2025



Hace año y medio, Hugh Grant acudió al programa de Drew Barrymore para promocionar la cuarta parte de 'Bridget Jones' -que pasó sin pena ni gloria entre el público-. Y la actriz le hizo la pregunta que todos querríamos hacerle: por qué ha desterrado de su filmografía más reciente los papeles románticos, que fueron por los que le conocimos en los 90 (¡cómo olvidar 'Cuatro bodas y un funeral' o 'Notting Hill', por ejemplo!).

Hugh Grant respondía con su habitual sentido del humor: "Me he hecho demasiado viejo, gordo y feo para hacer más comedias románticas. Así que me han ofrecido cosas más interesantes". Tal y como explicaba, este cambio en los proyectos en los que participa satisface mejor sus necesidades como intérprete y le permite evolucionar dentro de su oficio. "He mejorado un poco. Me he vuelto menos malo después de tener hijos, casarme y estar más feliz," reconocía.

Si echamos un vistazo a sus proyectos más interesantes de la última década, en efecto están muy alejados del género romántico: 'Florence Foster Jenkins', donde compartió cartel con Meryl Streep; la aclamada serie de Prime Video 'A Very English Scandal'; la película de Guy Ritchie 'The Gentlemen: los señores de la mafia'; las series de HBO Max 'The Undoing' y 'The Regime'...



Carlos Alvarez//Getty Images

En esta estela de calidad creciente y exponencial se enmarca su última película por ahora, 'Heretic (Hereje)', una película de terror fascinante y brutal que acaba de llegar a Movistar Plus+ y que es, para mí, el mejor estreno cinematográfico de la plataforma en lo que va de año. Con su papel en 'Heretic (Hereje)', Grant se ganó nominaciones en los Globos de Oro, los BAFTA, los Critics Choice Awards y los Satellite Awards en la categoría de Mejor actor.

Aquí va la sinopsis de la película: "Dos jóvenes misioneras se ven forzadas a poner a prueba su fe cuando tocan la puerta equivocada y son recibidas por el siniestro Sr. Reed (Hugh Grant). Los tres se encontrarán atrapados en un despiadado juego del gato y el ratón durante una tormentosa noche".

Si bien Hugh Grant había hecho papeles turbios en las películas de Guy Ritchie y ha dado vida al villano cómico de 'Paddington', esta película es la primera incursión del británico en el cine de suspense y terror. Y lo salva con un notable muy alto: 'Heretic (Hereje)' sería una película bastante mediocre si no fuera por su presencia -sobre todo por unas miradas que dan auténtico miedo-. La reflexión sobre la religión es un tema aparte.

Los gestos habituales de Grant están ahí, pero la madurez, la experiencia y la buena interpretación le han dado un toque especial. El que necesita el espectador para saber que la película es horripilante, extraña y absurda, pero que sin el veterano actor todo sería bastante peor. No dura ni dos horas y te quedarás helada con su interpretación. Totalmente recomendable.

Hugh Grant, irreconocible en "Heretic" (Hereje), el aclamado thriller de terror que llega a Movistar Plus+

Hugh Grant sorprende con una de las mejores interpretaciones de su carrera en este inquietante thriller psicológico que ya puede verse en Movistar Plus+.



Por Alicia Marín Alicia Marín 11/07/2025

Desde este viernes 11 de julio, Movistar Plus+ incorpora a su catálogo "Heretic" (Hereje), una de las películas de terror psicológico más comentadas del año. Dirigida por Scott Beck y Bryan Woods —conocidos por coescribir "Un lugar tranquilo"— y producida por A24 ("Hereditary", "Civil War"), la cinta propone un tenso y claustrofóbico juego entre tres personajes en una única localización.

Con una duración de 110 minutos, "Heretic" es una producción estadounidense de 2024 que se aleja del terror explícito para apostar por una atmósfera inquietante y un desarrollo progresivo que mantiene al espectador en constante estado de alerta.

Un reparto reducido, una tensión creciente

La historia arranca con una situación aparentemente inocente: dos jóvenes misioneras mormonas, Paxton y Barnes, llaman a la puerta del

señor Reed con la intención de predicar su fe. Él, un hombre afable y educado, las invita a pasar.

Sin embargo, lo que comienza como una conversación cordial pronto se convierte en una pesadilla. Atrapadas en la casa durante una tormenta, las dos jóvenes se ven envueltas en una dinámica retorcida de manipulación, amenaza y control psicológico.

El personaje de Reed, interpretado por Hugh Grant, se revela como una figura tan seductora como siniestra. Lejos de sus habituales papeles románticos o cómicos, Grant ofrece una interpretación perturbadora y calculada, que ha sido reconocida con una nominación al BAFTA.



Un juego a tres bandas en una sola noche

La trama se desarrolla prácticamente en tiempo real durante una larga noche de tormenta. Las protagonistas, atrapadas sin posibilidad de escapar ni comunicarse con el exterior, se ven obligadas a enfrentarse a sus propios límites morales y físicos.

La película plantea una lucha psicológica que va más allá del simple enfrentamiento entre víctimas y verdugo. Se cuestiona la fe, la voluntad y la capacidad de resistencia frente al miedo.

“Heretic” evita caer en los tópicos del cine de terror más convencional. Su principal baza es un guion lleno de giros, donde nada es lo que parece y donde las posiciones de poder entre los personajes se invierten constantemente. La tensión crece sin necesidad de efectismos, gracias a un ritmo medido y una dirección centrada en la construcción del suspense.

Una producción A24: atmósfera por encima del susto

La firma de A24 como productora marca el tono del film. Como en otras de sus producciones más destacadas, "Heretic se apoya en una estética cuidada, una puesta en escena sobria y un uso inteligente del sonido.



No hay música invasiva ni efectos espectaculares. La tensión se construye con elementos mínimos: una puerta cerrada, una conversación ambigua, una mirada prolongada más de la cuenta.

La crítica ha valorado especialmente la dirección de Beck y Woods, quienes logran mantener la intensidad narrativa durante toda la película sin necesidad de grandes despliegues. La acción se concentra en un espacio limitado y con solo tres personajes, lo que refuerza la sensación de encierro y claustrofobia.

Una interpretación que redefine a Hugh Grant

Si algo ha llamado la atención tanto del público como de la crítica es la transformación de Hugh Grant. Lejos queda la imagen de seductor encantador que le hizo famoso en los 90.

En "Heretic", su actuación es contenida, sin excesos, pero profundamente inquietante. La ambigüedad con la que construye al señor Reed permite al espectador dudar constantemente de sus intenciones, lo que incrementa la tensión hasta el final.

Su personaje no necesita recurrir a la violencia directa para ejercer el control. Es su inteligencia emocional, su capacidad para leer y manipular a las jóvenes, lo que lo convierte en una amenaza real.

Stacey Sher, productora de la cinta, ha descrito la actuación de Grant como una "utilización de sus armas y encantos de una forma totalmente diferente y siniestra".

"Heretic" ya está disponible en Movistar Plus+, sumándose a la lista de thrillers psicológicos recientes que apuestan por el minimalismo narrativo y la fuerza interpretativa. Una propuesta que, sin grandes artificios, logra perturbar y provocar desde lo más íntimo. Merece la pena verla.



Cuatro recomendaciones en streaming para ver este fin de semana

¿Estás harto de cambiar de plataforma sin saber qué ver? Todas las semanas elegimos cuatro películas o series para ti



El regreso de Lena Dunham

Sin medida, en [Netflix](#)

Ocho años han pasado desde el final de *Girls*, la serie con la que Lena Dunham revolucionó la televisión que veíamos los millennials. Y durante este tiempo ninguna de las series o películas que ha hecho ha alcanzado el nivel de frescura e ingenio que tenía aquella.

Sin embargo, en *Sin medida* es fácil ver el regreso de la creadora a algunas de las claves que convirtieron *Girls* en un hito generacional, aunque en este caso son los centennials y algún que otro influencer los protagonistas.

El fuerte de Lena Dunham siempre fueron los personajes y, aunque los de Sin medida no estén al mismo nivel que los de Girls, sí que son ingeniosos y nos arrancarán más de una carcajada. Empezando por su protagonista, álgter ego de la propia Dunham (que aquí hace un pequeño papel interpretando a la hermana) y ese love interest que recuerda mucho al de Adam Driver en Girls. ¿Cómo no vamos a querer a esta pareja si en una de sus primeras citas quedan a ver Paddington?

Doble sesión de Mouret

Crónica de un amor efímero, en [Filmin](#)

Aprovechamos el estreno de la nueva y deliciosa película de Emmanuel Mouret, Tres amigas, para hacer una sesión doble con otro de sus últimos títulos, Crónica de un amor efímero, en el que prosigue con ese gran catálogo de amores que es su filmografía.

Crónica de un amor efímero es la historia del amor adúltero entre Simone (Vincent Macaigne, incondicional del director) y Charlotte (Sandrine Kiberlain). Pero lo que en un principio es una aventura sin visos de seriedad se va convirtiendo en algo profundo, delicado y hermoso como son todas las películas de Mouret.

Dedos salchicheros en el multiverso

Todo a la vez en todas partes, en [Prime Video](#)

No somos en este blog demasiado fans de los multiversos pero eso no evitó que cayésemos rendidos ante Todo a la vez en todas partes, la película más loca y original que ha ganado en los Premios Oscar.

Emocionante historia maternofilial envuelta en una enloquecida trama de mundos paralelos poblados por dedos salchicheros, mapaches cocineros y villanas en constante metamorfosis. Estamos deseando ver qué es lo siguiente de los Daniels.

Hugh Grant como nunca lo habías visto

Heretic, en [Movistar Plus+](#)



Hugh Grant se hizo un hueco en nuestra cinefilia como asistente a bodas y funerales o periodista de la prestigiosa revista Horse & Hound, es decir, como galán romántico. Por eso, nos parece brillante que Scott Beck y Bryan Woods, los directores, lo hayan convertido en el protagonista de Heretic.

Su personaje, en las antípodas de los que lo convirtieron en una estrella en los 90, recibe en su casa a dos jóvenes misioneras. En esta suerte de Caperucita roja de las grandes religiones, los directores advierten... No hay que fiarse ni de Hugh Grant ni de ese olor a tarta de arándanos que viene de la cocina. Parece que no has visto suficientes películas de terror. Si sigues por ese pasillo te espera una tortuosa lección teológica.

PLATAFORMAS

La miniserie de Movistar Plus+ de solo 9 episodios protagonizada por Mark Ruffalo que arrasa en España

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



Redacción Barcelona Actualizado a 11/07/2025

Movistar Plus+ es una de las plataformas en streaming que más suscriptores tiene en todo el mundo, junto a otras como Netflix, Prime Video o Disney+. Y esto no es por casualidad, el servicio busca ganar abonados continuamente, y lo hace ampliando diariamente su catálogo para ofrecerles a sus suscriptores los mejores contenidos.

En los últimos tiempos las miniseries que podemos encontrar en estas plataformas han adquirido un papel protagonista, puesto que su brevedad hace que la mayoría de ellas puedas acabártelas en una sola tarde de sofá y palomitas. Es el caso de la ficción de la que hablaremos a continuación.

'Hal y Harper' es un drama estadounidense que se estrenó el pasado mes de abril en Movistar Plus+ bajo suscripción. Los suscriptores de la plataforma pueden disfrutar ya de la miniserie de 9 capítulos que está arrasando en el mundo.



Sinopsis de 'Hal y Harper'

Hal y Harper son dos hermanos veinteañeros que, sin embargo, parecen anclados en su infancia. Los retiene el trauma, posiblemente no superado, de la pérdida de su madre cuando apenas eran niños. Pese al amor con que el que su padre los ha criado, son dos jóvenes muy vulnerables y llenos de miedos ante los retos que la vida comienza a plantearles. El paso a la edad adulta, con sus libertades y responsabilidades, no les resulta sencillo, se resisten a crecer.

Ahora que su padre ha puesto en venta la casa familiar para comenzar una nueva vida con su pareja, Kate, con quien espera un nuevo bebé, los hermanos sienten como si un terremoto hiciera temblar los débiles cimientos que sustentaban sus vidas.

El joven director Cooper Raiff ('Shithouse', 'Cha Cha Real Smooth') escribe, dirige e interpreta esta serie junto a Mark Ruffalo ('Pobres criaturas', saga 'Vengadores'), Lili Reinhart ('Riverdale') y Betty Gilpin ('Érase una vez el Oeste', 'Nurse Jackie').

La mejor película de la semana causó polémica en su estreno y es capaz de volverte el estómago del revés

12 jul. 2025 a las 10:30

Pedro Gallego

Mirando a los ojos al toro



Los límites de lo que uno está dispuesto a ver en pantalla los pone cada uno, igual que hay cosas que no considera que tienen que tener lugar en el mundo que nos rodea. Sólo lo artístico tiene una obligación con intentar traspasar límites, porque ahí es cuando levanta cuestiones interesantes en relación al arte o a las personas.



Tardes de soledad

Fecha de estreno 7 de marzo de 2025 | 2h 05min

Dirigida por **Albert Serra**

Con **Paco Pastor Gómez, Manuel Lara**

Usuarios

2,8



¡QUIERO VERLA!

Aun así hay cosas que sin duda pueden ponerte el estómago del revés, y no hablamos esta vez de slashers. Se trata de Tardes de soledad, la polémica ganadora del último festival de San Sebastián a causa del retrato tan directo y visceral que hace del mundo del toreo. No es plato que todo el mundo pueda digerir, pero su estreno en streaming la hace una de las películas destacadas de la semana.

El largometraje documental sobre la tauromaquia, dirigido por Albert Serra, ofrece un retrato íntimo y fascinante del torero peruano Andrés Roca Rey y su cuadrilla, adentrándose en el universo taurino desde una perspectiva artística y reflexiva.

Se explora la complejidad de la tauromaquia, mostrando tanto la majestuosidad del arte del toreo como los desafíos personales y profesionales que enfrenta Roca Rey. A través de su mirada singular, el cineasta muestra la tensión entre tradición y modernidad en el mundo del toro.

'Tardes de soledad': mirando al infinito

Serra está caracterizado por ser un provocador, ya sea con declaraciones donde forja un personaje extremo o con un estilo cinematográfico contemplativo y lento que quiere observar espacios y personas aunque rompa cualquier atisbo de paciencia del espectador. Aquí hace una especial pirueta aplicando su particular estilo de observación hacia los preparativos de una corrida, los enfrentamientos con los toros y el "post-partido".

La mirada de la cámara de Serra aparenta cierta distancia sin crítica, aunque tantea mucho el reflejo exagerado de la masculinidad folklórica para intentar deformarlo. Aun así, es un desafío por el mero hecho de tener que ver animales siendo brutalmente asesinados, además de por tener que verlo de manera tan repetida que corre el riesgo de perder cualquier impacto.

Teleaudiencias – La enciclopedia televisiva

14 JULIO, 2025

Ya en Movistar Plus el documental ‘Caminando entre dinosaurios’



Estreno el sábado 7 de junio. Seis episodios, estreno semanal.

Seis excavaciones, seis historias y seis dinosaurios prehistóricos que nos harán redescubrir cómo eran los animales más grandes que han habitado La Tierra.

Esta producción de BBC Studios, para BBC y PBS coproducida con dos grandes cadenas europeas ZDF, France TV, nos descubre la increíble vida de los dinosaurios, desenterrados en excavaciones reales, en una reinvención de la icónica serie documental de 1999. Paleontólogos de renombre mundial se encuentran en excavaciones de todo el mundo, desde las dunas de Marruecos, pasando por Portugal y llegando hasta las impresionantes montañas de Canadá. Allí descubren nuevos huesos de dinosaurios que revelan momentos clave en la vida de estas criaturas. Mediante unas recreaciones de última generación y una narrativa propia del mejor cine en cada episodio veremos cómo eran y vivían los seis dinosaurios protagonistas, descubriendo como se relacionaban, comían, se defendían o porqué tenían que hacer grandes viajes para sobrevivir.