

LOS MICRODRAMAS LLEGAN A MEDIASET INFINITY: PUBLIESPAÑA TRAE A ESPAÑA UNA NUEVA OFERTA PUBLICITARIA DEDICADA A ESTE FENÓMENO DIGITAL

Mediaset Infinity incorpora una nueva oferta publicitaria vinculada a uno de los fenómenos más relevantes del entretenimiento digital a nivel global. Formatos verticales, patrocinio exclusivo y entornos de alta atención para conectar con binge-watchers transversales y audiencias jóvenes en un contexto premium y brand safe.

Madrid, 28 de julio de 2026 - **Publiespaña** lanza en el mercado español una nueva oferta publicitaria dedicada a los microdramas, el fenómeno serial digital-only que en los últimos años ha experimentado un rápido crecimiento a nivel internacional y que debutará en **Mediaset Infinity** a partir del otoño.

Los microdramas son miniseries concebidas para un **consumo vertical** desde **dispositivos personales**, con episodios de pocos minutos y tramas de alta intensidad emocional marcadas por continuos giros argumentales. Se trata de un formato que está ganando rápidamente popularidad en todo el mundo, especialmente entre las audiencias más jóvenes, gracias a su capacidad para combinar inmediatez de consumo y engagement narrativo. Las primeras evidencias de consumo en Estados Unidos, por ejemplo, muestran que el 30 % de la Generación Z y los Millennials consume habitualmente microdramas y que, entre estos usuarios, el 40 % desearía disponer de una mayor oferta de este tipo de contenidos en las plataformas de streaming a las que ya está suscrito (Fuentes: Deadline, Omdia, Deloitte Insights).

Con esta oferta publicitaria específica para microdramas, **Publiespaña** brinda a las marcas la oportunidad de posicionarse dentro de un fenómeno editorial emergente en el marco de un ecosistema premium, caracterizado por una experiencia de usuario de calidad, control del contexto y elevados niveles de atención. Además, la naturaleza seriada de estos contenidos favorece el binge-watching y responde a la necesidad de evasión que actualmente canalizan las redes sociales, pero a través de una narrativa mucho más inmersiva en un entorno editorial seguro y cualificado.

Entre las soluciones de planificación disponibles se incluyen modalidades que permiten **presenciar la totalidad del catálogo** — destinado a ampliarse progresivamente abarcando géneros como romance, teen drama, misterio, legal, thriller y revenge — o bien asociar la marca a la experiencia de visionado de series concretas mediante fórmulas de **title sponsorship** dedicadas a los contenidos más destacados.

El lanzamiento de los microdramas forma parte del proceso de evolución continua de **Mediaset Infinity** como **plataforma cross-country**, desarrollada de manera coherente en los mercados español e italiano. En línea con este enfoque, tanto el lanzamiento de los contenidos como las correspondientes soluciones publicitarias se desplegarán de forma coordinada en ambos países, reforzando la estrategia internacional del Grupo MFE – MediaForEurope. **MFE ADVERTISING** coordinará las iniciativas entre las dos concesionarias locales, **Publiespaña** y **Mediamond**, ofreciendo a las marcas la posibilidad de desarrollar activaciones en varios mercados dentro de un ecosistema editorial compartido y sólidamente arraigado en los respectivos contextos nacionales.

PUBLIESPANA

Publiespaña, integrada en MFE ADVERTISING, concesionaria internacional de MFE-MediaForEurope, es la filial publicitaria de Mediaset España encargada de la explotación comercial de todos los soportes del grupo y los de terceros. Con la combinación de sus recursos de televisión lineal y digital, ofrece a los anunciantes la mejor y más eficiente herramienta de comunicación para sus campañas. Para ello, cuenta con un ecosistema transversal que conecta la televisión lineal y el entorno digital a través de un modelo de planificación multicanal crossmedia, con gran capacidad de targetización y segmentación. Además, ha desarrollado innovadores formatos tecnológicos basados en el uso de data e inteligencia artificial que amplían las posibilidades de Mediaset España a través de la Televisión Conectada.