

Mediaset España, Sony Music y RLM sellan un acuerdo de colaboración para "Dreamland"

“Los sueños están para cumplirlos”, afirman los personajes de la serie “Dreamland”. Y poco a poco, estos sueños comienzan a ser realidad. La serie de Cuatro creada por Frank Ariza que muy pronto verá la luz en televisión, se convierte en la primera ficción en España que lanza su propio grupo musical antes de su estreno televisivo.

“Dreamland”, el grupo formado por el elenco principal de la serie y capitaneado por el protagonista, Christian Sánchez, comenzará su trayectoria musical paralela gracias a un acuerdo alcanzado entre Mediaset España, Sony Music y RLM.

La multinacional discográfica se encargará del apoyo fonográfico del grupo Dreamland, mientras que RLM gestionará el management y booking de la formación para giras y eventos musicales. El arranque de la carrera musical del grupo Dreamland lo marca el lanzamiento a principios de febrero de su primer single, “Everybody dance”, compuesto por Christian Sánchez.

Sony Music será la encargada de la promoción discográfica de la música de la serie, comenzando con este primer sencillo “Everybody Dance”. Tal y como explica Blanca Salcedo, directora de Marketing de Sony Music, “es sorprendente la gran cantidad de buenas canciones compuestas por los propios chicos. La música de la serie será un éxito seguro, y sin duda saldrán grandes artistas de ella”.

Además, para complementar esta carrera musical paralela al desarrollo de la serie de televisión, el grupo Dreamland cuenta con el management de RLM, quien se encargará del booking para giras y eventos musicales. “Dreamland” es una combinación perfecta de emoción, baile, música y mucho talento. Al ver los capítulos de la serie nos llamó la atención el gran potencial artístico de estos jóvenes y la forma tan acertada en que se intercalaban los números musicales con las tramas de la ficción. Nunca se había hecho en televisión una serie musical de esta manera. Poder llevar al público en vivo y en directo los conciertos de Dreamland y desarrollar las carreras de sus componentes es todo un privilegio para RLM”, señala Rosa Lagarrigue, directora general de RLM.

Desde Mediaset España, Ana Bustamante, directora del Área Comercial, explica: “Con “Dreamland” hemos roto el ciclo natural de generación de ingresos adicionales de un programa. Normalmente, las licencias, el lanzamiento de productos derivados y la generación de eventos en torno a un programa discurre muy pegada al estreno de un programa y, casi siempre, muy vinculada a su propio éxito. Con “Dreamland” este esquema se ha quebrado. Aún no se ha estrenado y la expectación y el trabajo previo nos ha permitido tener ya muy definido todo el proyecto fonográfico y musical: una gira por las principales ciudades de nuestro país o un libro sobre la historia de “Dreamland” en estos casi tres años de trabajo antes de llegar a antena son otros ejemplos”.

“Todo esto no hubiera sido posible sin nuestros compañeros de viaje”, añade Ana Bustamante. “En muchas ocasiones, la medida del éxito de un proyecto viene dada por la calidad de los socios que te acompañan. El desarrollo creativo y musical que está llevando a cabo Frank Ariza está repleto de talento y calidad. Él es, realmente, un auténtico genio. Ahora, de la mano de Sony y RLM estamos construyendo uno de los eventos globales de comunicación más completos y complejos a los que este departamento comercial se ha enfrentado nunca”.

Coca-Cola, primer partner asociado al proyecto televisivo y musical de “Dreamland”

Coca-Cola y Mediaset España, a través de la filial IT -dependiente de Publiespaña para el desarrollo de acciones comerciales 360º-, mantienen su acuerdo de colaboración para el desarrollo de iniciativas exclusivas y pioneras que integran los valores de la marca Coca-Cola con el novedoso proyecto de Cuatro.

Además de las ya presentadas –lanzamiento del tema “Live the life” el pasado verano y la emisión de un spot de Navidad protagonizado por los actores de la serie- se están desarrollando contenidos exclusivos de second screen, composiciones musicales personalizadas, coreografías con elementos distintivos de marca y acciones de street marketing, entre otras, que aúnan las bases del proyecto televisivo y musical de “Dreamland” con la demostrada apuesta de Coca-Cola por la búsqueda y asociación con el talento musical.

“Dreamland”, una serie donde los sueños se hacen realidad

“Dreamland” es la primera serie donde la música no es adorno ni excusa sino el motor que mueve la vida de sus personajes. Donde la canción y el baile son lenguajes para soñar, reír, enamorarse de la vida o escapar de ella. Una serie donde los actores son quienes crean las canciones de la ficción, poniendo letra y música a sus propias emociones. Donde la pantalla refleja unas vidas muy cercanas a la realidad conectadas por el baile y la canción.

“Dreamland” llegará muy pronto a Cuatro dispuesta a revolucionar la manera de entender no sólo las series de corte musical, sino la manera de entender ficción. Porque toma como referentes a los clásicos del género, tanto del cine como de la televisión..., pero para romper con ellos.

Un multitudinario casting en busca de artistas amateurs supuso el inicio de una aventura, pionera en España, donde ficción y realidad caminan de la mano. Procedentes de algunos de los más importantes espectáculos musicales recientes, o formados en pequeñas compañías artísticas, los protagonistas de la serie “Dreamland” se han preparado durante meses para dar vida ante las cámaras de televisión a unos personajes de ficción con los que tienen muchos puntos en común. La puesta en marcha de esta formación musical supone el primero de esos sueños convertido en realidad.

Datos de contacto:

Sony Music

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Música](#) [Televisión](#) y [Radio](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>