RESUMEN DE MEDIOS

JUEVES, 17 DE JULIO DE 2025

TEMAS DEL DÍA

La ganadora del Goya a la Mejor Película, 'El 47', cierra su participación en Estados Unidos con Myriad Pictures, entre los acuerdos territoriales clave para la distribución de Mediapro Studio (Variety)

`El 47' se estrenará en Estados Unidos, Canadá, Italia, Polonia e India, entre otros territorios (Audiovisual 451)

TV DE PAGO

Bela Bajaria, directora de contenido de Netflix, sobre el desaire a 'El Juego del Calamar' en los Emmy: "Es sorprendente que no la reconozcan" (Variety)

Avance de ganancias de Netflix: aumentos de precios, IA y flujo de caja en el punto de mira (The Hollywood Reporter)

Netflix, Lionsgate y Sega licencian IPs clave a usuarios de Roblox (Cveintiuno)

Prime Video: así despliega la IA generativa en AWS para mejorar la calidad del visionado (Panorama Audiovisual)

FICCIÓN ORIGINAL

LA CAZA IRATI

Movistar Plus+ rescata `La Caza' y lanza en exclusiva su cuarta temporada (Extra Digital)

Movistar Plus+ "roba" a RTVE 'La caza', protagonizada por Megan Montaner (Diario Alto Aragón)

LOS SIN NOMBRE

`Los sin nombre' regreso al horror psicológico con una mirada contemporánea (Las críticas del Sr. Casanova en Supertele)

NO FICCIÓN ORIGINA

PEREJIL

'Perejil, la guerra que no fue': la anécdota histórica que llevó a España y Marruecos al borde del conflicto (Cinemanía)

FLORES PARA ANTONIO

Antonio Flores by Alba Flores (Esquire)

Joan Manuel Serrat, sobre el día que conoció a Antonio Flores en los 90: "Charlamos, cantamos, bebimos, comimos y confraternizamos, no solo en el escenario" (Esquire)

CINE ORIGINAL

AMARGA NAVIDAD

El rodaje de Almodóvar forzará cortes en cuatro carreteras de la red insular (Canarias7)

SIRÂT

Crítica de «Sirât. Trance en el desierto» (2025), La fiesta que duele. (Laia Marsal Ferret en Nosólocine.net)

TELEFÓNICA

Zegona saca brillo a Vodafone: gana clientes después de diez años (El Economista)

La SEPI gasta 5.000 millones en entrar en firmas estratégicas en la era Sánchez (ABC)

DEPORTE Y TV

Jaume Roures, sobre la denúncia de Mediapro: "Per no pagar-me el que em deuen es van inventar unes acusacions" (La Vanguardia/ ACN Barcelona)

Los clubes de Liga F superan por primera vez los 50 millones de facturación por el 'push' comercial (2PlayBook)

La Kings League se alía con un especialista en IA para optimizar su contenido (Palco23)

NBCU afirma que el aumento de anuncios deportivos impulsa las ventas iniciales (Variety)

Endeavour Streaming, proveedor de UFC Fight Pass, se vende al proveedor europeo Deltatre (Variety)

NEGOCIO DEL CINE

'Superman' vuela alto en la taquilla, pero la cartelera sigue condenada al todo o nada (Cine & Tele Pro)

¿Qué es el *booking* en el cine y por qué es tan importante? (Rubik Audiovisual)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

María José Manso (IsLABentura): "Este laboratorio fue creado para poner en valor al guionista, que tiene aquí libertad absoluta" (Kinótico)

Pepa Bueno presentará el telediario de la noche en La 1 de Televisión Española (El País)

Pepa Bueno, de 'El País' a RTVE: nueva presentadora del telediario 2 de la 1 (El Mundo)

La productora de Iniesta produce formato de entrevistas para Mediaset junto a LACOproductora (Cveintiuno)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

La paradoja de Apple TV: apostar por el éxito de sus series o ahondar en los recortes (El Mundo)

NBCUniversal alcanza un acuerdo de 3,6 millones de dólares en una demanda por la cancelación de suscripciones a Peacock. (The Hollywood Reporter)

España y Colombia presentan un histórico tratado de coproducción (Variety)

No se trata de pasarse a formatos cortos, sino actualizar los géneros existentes, coincidieron ejecutivos colombianos en el BAM (Cveintiuno)

Lucrecia Martel de 'Zama' en Netflix, la IA y el colapso del planeta Tierra (Variety)

Sky e ITV renuevan su acuerdo de contenidos de larga data (The Hollywood Reporter)

El dominio japonés de los webtoon impulsa una ambiciosa estrategia de adaptación al anime: «Estamos aportando contenido nuevo y fresco para construir *fandoms* junto con las IP establecidas». (Variety)

Por qué los Emmy siguen siendo importantes en tiempos turbulentos (Los Angeles Times)

Análisis de las nominaciones al Emmy: Leyendo entre líneas el anuncio del martes (The Hollywood Reporter)¡

Emmy: HBO y Max obtienen la mayoría de las nominaciones, Apple se lleva una gran parte (The Hollywood Reporter)

MOVISTAR PLUS+

The Open Championship 2025, en directo y en exclusiva en Movistar Plus+ (SatCesc)

Estos son los estrenos de cine de Movistar Plus+ en agosto (VARIOS)

VARIETY

 Jul 16, 2025

Goya Best Picture Winner 'El 47' Closes U.S. With Myriad Pictures Among Key Territory Deals for the Mediapro Studio Distribution (EXCLUSIVE)

By Emiliano De Pablos



The Mediapro Studio Distribution has unveiled key territory deals on Marcel Barrena's Spanish box office hit and multi-Goya Award winning film "El 47," led by an U.S. pact with Myriad Pictures.

A touching drama inspired by real-life events about how modern Barcelona was made, it turns on a bus driver played by star Eduard Fernández.

"El 47" will be distributed in Italy by Torino-based indie company Movies Inspired, while Mañana handles the film in Poland and BookMyShow in India.

Following a successful showing at Australia's recent Spanish Film Festival, where the film's premiere was a centerpiece, in its first weekend in Australian cinema theater, "El 47" broke into the Top 20 at the Australian box office.

The film has stayed in Spanish theaters for over seven months, grossing near €3.98 million ($4.62 million), attracting more than 625,000 moviegoers at the local box office, according to Comscore figures published by Spain's Icaa film institute.

A three-time Goya Award winning director-scribe, Barrena ("Mediterráneo") co-penned "El 47's" screenplay alongside successful writer-producer Alberto Marini ("The Stranger," "While You Sleep").

The film follows bus driver Manolo Vital, an emigrant from Extremadura played by Fernández who is frustrated by the Barcelona City Council's claim that public transport cannot reach the outlying humble Torre Baró district where he lives due to narrow and unsafe roads. He determines to drive the Route 47 bus to his home village to prove them wrong.

"El 47" is also the story of many other new neighborhoods forged in the 1950s by immigrants who settled on the outskirts of Spain's big cities as industrialisation, poverty and rural repression saw a mass exodus from Spanish villages which created a new Spain. In the 1970s – when the film takes place – many of these neighborhoods were still not considered part of the city and lacked running water, electricity and other basic commodities such as a bus service.

Enjoying a spectacular awards career, "El 47" has been honored with more than 30 awards. Among them, five Goya Awards – including best film, as a joint winner – from the Spanish Academy, which made it the most awarded film in the most recent edition.

In Catalonia, it also snagged eight Gaudí Awards – including best film – after scoring 18 nominations, making it the most nominated movie in the history of these prizes.

"El 47"also ranks as the highest-grossing Catalan-language film in history and the most-watched in theaters in over 40 years.

"El 47" won the Forqué Awards for which it was nominated – including best scripted feature film – and both Platino and Feroz Awards for best supporting actress for Clara Segura.

It also picked up three awards from the Spanish Actors' Union for Segura, Carlos Cuevas and Zoe Bonafonte, as well as a best Spanish film nomination at the Rosa de Sant Jordi Award.

As part of its international journey, "El 47" has plated multiple festivals, including the Shanghai International Film Festival, the Nantes Spanish Film Festival, the Amsterdam Spanish Film Festival, the Spanish and Latin American Film Festival in Rome and the Catalan Film Festival in Luxembourg.

Fernández recently won Spain's National Film Prize in Spain, with the judges singling out his performance in 'El 47' for praise.

The film is also a contender at Mexico's upcoming Ariel Awards vying in the best Ibero-American film category.

Produced by Laura Fernández Espeso and Javier Méndez at The Mediapro Studio, "El 47" is backed by Movistar Plus+, and funded by the Catalan Institute for Cultural Companies (ICEC), with the participation of Spanish pubcaster RTVE, Catalonia's state TV 3Cat with Triodos Bank as a key partner, and ICO also financing.

The Mediapro Studio Distribution – the production, acquisition and sales arm of giant Grup Mediapro – oversees international sales.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

‘El 47’ se estrenará en Estados Unidos, Canadá, Italia, Polonia e India, entre otros territorios

Por Redacción AV451 -16 julio, 2025

La película ‘EL 47’, de Marcel Barrena, se estrenará próximamente en Estados Unidos y Canadá (distribuida por Myriad Pictures), Italia (distribuida por Movie Inspired), Polonia (distribuida por Mañana Films), e India (distribuida por BookMyShow).

En Grecia, su estreno fue el pasado 3 de julio distribuida por Weird Wave y, tras su presentación en el Spanish Film Festival de Australia, la película se lanzó también el 10 de julio en Australia y Nueva Zelanda (distribuida por Palace Films), donde en su primer fin de semana en salas se ha situado en el ‘Top 20’ de la taquilla australiana.



Dentro de su andadura internacional, la película se ha presentado en diversos festivales como el Shanghai International Film Festival, el Festival de Cine Español de Nantes, el Amsterdam Spanish Film Festival, el Festival del Cinema Spagnolo e Latinoamericano de Roma y el Catalan Film Festival de Luxemburgo.

En España ‘EL 47’ permaneció más de siete meses en los cines, superando los cuatro millones de euros de recaudación y los 646.000 espectadores. Es la película en catalán más taquillera de la historia (sin ajustar las recaudaciones a la inflación) y la más vista en cines en más de cuarenta años.

Entre los más de treinta premios que ha recibido, destacan los cinco Premios Goya, incluido el de Mejor Película (ex aequo). Producida por Laura Fdez. Espeso y Javier Méndez para The Mediapro Studio, ‘EL 47’ cuenta con la participación de Movistar Plus+, el apoyo del ICEC, el apoyo de RTVE, 3Cat, Triodos Bank y la financiación de ICO. The Mediapro Studio Distribution es responsable de las ventas internacionales.

VARIETY

 Jul 15, 2025

Netflix Content Chief Bela Bajaria on Emmys' `Squid Game' Snub: `It's Surprising It Wouldn't Be Recognized'

By Michael Schneider



Victoria Stevens for Variety

When it comes to the recent 2024-2025 TV season, one series dominated viewership in the United States far and above anything else: Season 2 of Netflix's "Squid Game." It wasn't even close: Include multiplatform viewing for all series — broadcast, cable and streaming — and the show dominated. And yet, "Squid Game" was completely ignored this year by Television Academy voters, and the show didn't receive a single nomination on Tuesday.

It's not that "Squid Game" isn't an Emmy show. In Season 1, the Korean-based series received 14 nominations and won six — including outstanding drama directing (for Hwang Dong-hyuk) and lead drama actor (Lee Jung-jae). So how could it be completely blanked in Season 2? Netflix chief content officer Bela Bajaria was wondering the same thing.

"'Squid Game' had an incredible cultural impact. Biggest show in the world," she told Variety. "That first season really made Emmy history, and people loved this last season too. I am disappointed for Director Hwang and the cast. For Director Hwang to not be recognized in that way, considering the amount of audiences around the world who loved it so much and that it really resonated with people... I'm disappointed when it doesn't get recognized in the way that it should have."

Bajaria said she doesn't think the lack of a Season 2 Emmy nod takes away from the show's status as a Netflix "crown jewel... but here's the thing, I think if you're really looking at excellence in television and excellence in storytelling, it is in every single way. So when you deliver that, yes, it's surprising when it doesn't get recognized."

On the flip side, the No. 2 most-watched series of last season, Netflix's "Adolescence," did manage to score 13 nominations – the most of any show on the streamer this year. "I think what's really interesting about 'Adolescence' to me is, not only is it groundbreaking television, but it was our second biggest English language show ever, with 142 million views," she said. "It's having that kind of incredible cultural impact where it starts helping change law in the UK. So to be recognized for their amazing storytelling with Emmy nominations, but also that kind of cultural impact, that's really amazing."

Netflix dominated the limited or anthology series category, with three: "Adolescence," "Black Mirror" and "Monsters: The Lyle and Erik Menendez Story." Overall, Netflix scored 120 nominations this year (second to HBO Max's 142), up from last year's 107 nods. Other shows with several nods included "Bridgerton," "Love on the Spectrum" and "Sirens." Bajaria pointed out that Netflix achieved this year's number across 44 titles.

"This goal is always to aim for excellence and great entertainment across all categories of TV," Bajaria said. "We're really seeing that reflected, if you look across all of the 14 program categories. From drama and comedy and stand up and limited and docs and animation and live and unscripted. I think that is really exciting for all of the teams in this building today."

Among other highlights: In variety special (pre-recorded), Netflix owned five of the six slots, thanks it part to its ongoing comedy "Netflix Is a Joke" investment: "Adam Sandler: Love You," "Ali Wong: Single Lady," "Conan O'Brien: The Kennedy Center Mark Twain Prize for American Humor," "Sarah Silverman: PostMortem" and "Your Friend, Nate Bargatze."

In variety special (live), another space that Netflix is investing heavily in, "Beyoncé Bowl" scored a nod. "I would never, ever underestimate Beyoncé in any way," she said. "So I can't say it was really a surprise, but I think it's really rewarding and great after we've only been in the live space for maybe about two years."

In talk, "Everybody's Live with John Mulaney" earned a nod in technical direction and camerawork, and Bajaria said she's talking to the host about whether to continue or if a new offering might be on the table. ("We're going to have those conversations about what that looks like," she said.) And then despite its cancellation, "The Residence" star Uzo Aduba scored a nomination for lead actress in a comedy series.

"The Residence" isn't coming back, however, as Bajaria already figured Aduba — who has won three Emmys, including for Netflix's "Orange is the New Black" — might get a nom. "We always thought she would get nominated," Bajaria said "We don't really look at that when we're talking about the show. But there was no question about her performance, so I'm just happy to see her get recognized." The cancellation, alas was for "all of the reasons when you don't renew a show. But we loved what it was. She did a great job and we love Shondaland and Paul, it was really well done."

Netflix Earnings Preview: Price Hikes, AI and Cash Flow in Focus

Many Wall Street analysts keep boosting their stock price target as the streaming giant's shares have gained around 40 percent so far this year.

By Georg Szalai July 16, 2025



Netflix co-CEO Ted Sarandos Kevin Dietsch/Getty Images

No Netflix subscriber number disclosures? No problem. That was the Wall Street reaction to the global streaming giant's first-quarter results disclosed in April, the first without sub updates. Now, analysts are gearing up for Netflix's second-quarter results, which the company will report after the stock market closes on Thursday July 17.

The impacts of recent price hikes — the ad-tier was boosted to $7.99 a month in the U.S., up from $6.99, and the cost of the premium tier was raised $2, to $24.99 — and the growth of its cheaper advertising tier, as well as its recent and upcoming film and television slate, are among the issues in focus for Wall Street observers.

Many analysts have increased their stock price targets on Netflix, led by co-CEOs Ted Sarandos and Greg Peters, as its shares have gained around 40 percent so far this year.

“We view Netflix as one of the least risky stocks this quarter,” Evercore ISI analyst Mark Mahaney wrote in his quarterly earnings preview, maintaining his “outperform” rating with a $1,350 stock price target. “We view the Street’s second-quarter revenue, operating income and earnings per share estimates as reasonable. While the Street’s sequential revenue growth of 5 percent is ahead of typical seasonality (flat to +2 percent over the past three years), we note that Netflix should benefit from a significant sequential foreign-exchange tailwind as well as from full-quarter impacts of recent price increases in select markets. Further, Netflix has a very consistent recent track record of exceeding its revenue and operating income guidance.”

Mahaney even sees five potential upside factors, including “positive takeaways from our mid-May upfronts meeting with Netflix management, which included the disclosure that Netflix’s global monthly ad viewers had reached 94 million” and “our late May survey work in the U.S. and U.K., which highlighted relatively positive subscriber satisfaction trends in both markets, as well as strong indications of Netflix’s content quality leadership.”

The expert also mentioned his ad channel checks, “which noted Netflix finally crossing a credibility/scalability threshold with marketers” and “the very, very, very strong release of the Squid Game finale on Netflix at the end of June – with unprecedented and record-breaking views (60 million in first 3 days), country rankings (#1 in 93 countries), and social channel impressions (4.56 billion).”

A fifth and final possible upside factor is Netflix’s top 10 viewership data that “suggests unusually strong second-quarter engagement, with a meaningful acceleration in viewing hours growth versus the first quarter,” Manahey argued.

Wedbush Securities analyst Alicia Reese maintained her “outperform” rating and $1,400 stock price target in her earnings preview report on Monday. “With Netflix no longer reporting net subscriber additions, the focus on quarterly targets has diminished, shifting attention to broader financial performance and strategic outlook,” she wrote. “We believe investors have already factored in a modest earnings beat and an upward revision to full-year 2025 guidance.”

She also remains bullish looking ahead. “While massive subscriber growth was the primary driver in 2024, we expect price increases to drive revenue growth in 2025, and the ad tier to drive revenue higher in 2026,” Reese argued. “As Netflix expands, its contribution margin can massively exceed our estimates, driving outsized free cash flow.”

BMO Capital Markets analyst Brian Pitz also sees AI as an opportunity for Netflix. In a report early this week reiterating his “outperform” rating and boosting his stock price target from $1,200 to $1,425, he concluded: “We believe Netflix is an AI beneficiary for both content creation and cost savings, which creates a multi-year operating income unlock opportunity.”

He continued: “AI tailwinds are beginning to proliferate, with multi-year benefits ahead given ‘hundreds of billions’ of user interactions globally. AI tools should prove complementary to current CGI/VFX products, enhancing production workflows, expanding creator capabilities, and driving user engagement.”

Pitz raised his second-half 2025 revenue and operating income estimates, “reflecting record-breaking Squid Game 3 viewership data, foreign exchange, and an attractive content slate in the second half.”

Others are also bullish. Heading into the latest earnings update, Needham & Co. analyst Laura Martin boosted her Netflix stock price target from $1,126 to $1,500, while sticking to her “buy” recommendation and listing what she likes about Netflix.

Strategically, what she likes most about the streamer is that “Netflix has global scale, which should maximize its revenues/content investment; price increases, both directly and through its paid-sharing crackdown; more bundling with other services should lower its churn rate; advertising should accelerate revenue growth and expand its margins, since advertising typically has 75 percent incremental margins; and, generativeAI will most likely benefit companies that are tech-first, and Netflix qualifies.”

Financially, what she likes about Netflix is “its stable content spending at $17 billion-$18 billion; it has stated that its cash content spending versus amortization will remain at around 1.1 times so free cash flow is more predictable; and, Netflix has said it will use its growing free cash flow to repurchase shares (rather than pay down debt now that they are investment grade), which puts a relative floor under its share price, thereby mitigating risk.”

Bank of America analyst Jessica Reif Ehrlich had already increased her Netflix price target at the end of May. Reiterating her “buy” rating, she pushed her target from $1,175 to $1,490 in a report entitled “Playing Offense and Defense in Media.”

“We continue to view Netflix as well-positioned given the company’s unmatched scale in streaming, further runway for subscriber growth, significant opportunities in advertising and sports/live and continued earnings and free cash flow growth,” the expert wrote. “Supported by its world-class brand, leading global subscriber scale, position as an innovator and increased visibility in growth drivers, we believe that Netflix will continue to outperform.”

Reif Ehrlich also touted Netflix’s second-half of 2025 programming lineup as “a content bonanza,” arguing that it “showcases a blend of high-profile originals, franchise continuations and finales as well as a healthy mix of live/sports content to drive strong ad-supported engagement.” Concluded the analyst: “The return of Netflix’s three most watched series – Squid Game (6/27), Wednesday (8/6) and Stranger Things (second half 2025) alongside new releases such as Guillermo del Toro’s Frankenstein, Adam Sandler’s Happy Gilmore 2 and Tina Fey’s The Four Seasons supports healthy retention and subscriber growth.”

TD Cowen analyst John Blackledge, in his second-quarter earnings preview, even touted a “monster” slate ahead. He stuck to his “buy” rating on the stock, while lifting his price target from $1,325 to $1,440.

“Our second-quarter survey shows Netflix is gaining pricing power despite [the] January ’25 price hike,” he highlighted. Indeed, Netflix increased its subscription prices in the U.S., Canada, Portugal, and Argentina in January, “which should benefit average revenue per member,” he pointed out.

“We expect to see a monster second-half TV & film slate, including global hits Wednesday (starring Jenna Ortega) and long-awaited Stranger Things season 5. In addition, Squid Game returned at the end of the second quarter, with follow-through viewership likely to benefit the third quarter,” concluded Blackledge. “We view Netflix as well-positioned ahead of a monster second-half 2025 slate.”

Pivotal Research Group analyst Jeffrey Wlodarczak remains the biggest Netflix bull on Wall Street. He recently raised his stock price target on the streamer from $1,350 to what he called a Street high $1,600, while sticking to his “buy” recommendation. The drivers were a move from a year-end 2025 to a year-end 2026 target price and the expert’s “increasing confidence in Netflix’s dominant market positioning.”

Wrote Wlodarczak: “Netflix remains underpenetrated globally, offers an extremely compelling price to entertainment value (that is continually improving) boosted by their ad-supported offering that should allow the company to continue to generate solid subscriber growth and average revenue per user (ARPU) growth (price hikes plus continuing to ramp advertising offset partially by lower ARPU developing markets) = a powerful combo.”

Concluded the Netflix bull: “Netflix has won the global premium content streaming race. The key, in our view, for Netflix management going forward is to press their advantages and keep the subscriber/ARPU flywheel going because the larger they get the more leverage they have over their peers/content creators, the better their product gets (allowing them to drive subscriber/ARPU growth), the more cash they have to spend on compelling content and the larger the moat grows around their core business model.”

Netflix, Lionsgate y Sega licencian IPs clave a usuarios de Roblox



Los usuarios de Roblox podrán licenciar 'Stranger Things' para crear experiencias y juegos

Roblox presentó un nuevo programa de licencias que permitirá a los titulares de derechos autorizar el uso de sus IPs para que usuarios de la plataforma creen experiencias y juegos basados en ellas. Netflix, Lionsgate, Sega y la editorial japonesa Kodansha ya se sumaron como socios iniciales.

La herramienta, llamada Roblox License Manager, incluye un catálogo de licencias y busca simplificar la gestión y cesión de derechos de IPs a gran escala.

Aunque antes era posible licenciar IP en Roblox, el proceso era complejo y solo unos pocos grandes estudios podían aprovecharlo, explicó la compañía.

"Nuestra visión es empoderar a todos los creadores para que puedan asociarse fácilmente con las franquicias que aman y llevar esas IPs licenciadas a sus experiencias", dijo Manuel Bronstein, chief product officer de Roblox.

En esta primera etapa, títulos como ‘Stranger Things’ y ‘El juego del calamar’ (Netflix), ‘Crepúsculo’, ‘Saw’, ‘Divergente’ y ‘Los ilusionistas’ (Lionsgate), además de ‘Like a Dragon’ (Sega) estarán disponibles para ser licenciados por “creadores elegibles”.

El programa permite a los creadores consultar el catálogo y luego solicitar el “uso licenciado de IP”, tras lo cual el titular de los derechos puede aprobar o rechazar la solicitud. En todos los casos, el titular puede “personalizar los términos que regulan el uso de su IP”.

Kodansha también sumará en los próximos meses propiedades como ‘Blue Lock’ y ‘That Time I Got Reincarnated as a Slime’. Roblox indicó que con el tiempo el programa License Manager estará disponible a nivel global para todos los dueños de IP que cumplan los requisitos.

Esta medida forma parte de una iniciativa para que “el 10% de todos los ingresos globales del gaming pasen por el ecosistema de Roblox”. Según datos de la compañía, sus creadores están en camino de superar los US$ 1.000 millones en ganancias este año, frente a los US$ 923 millones de 2024 y los US$ 741 millones de 2023.

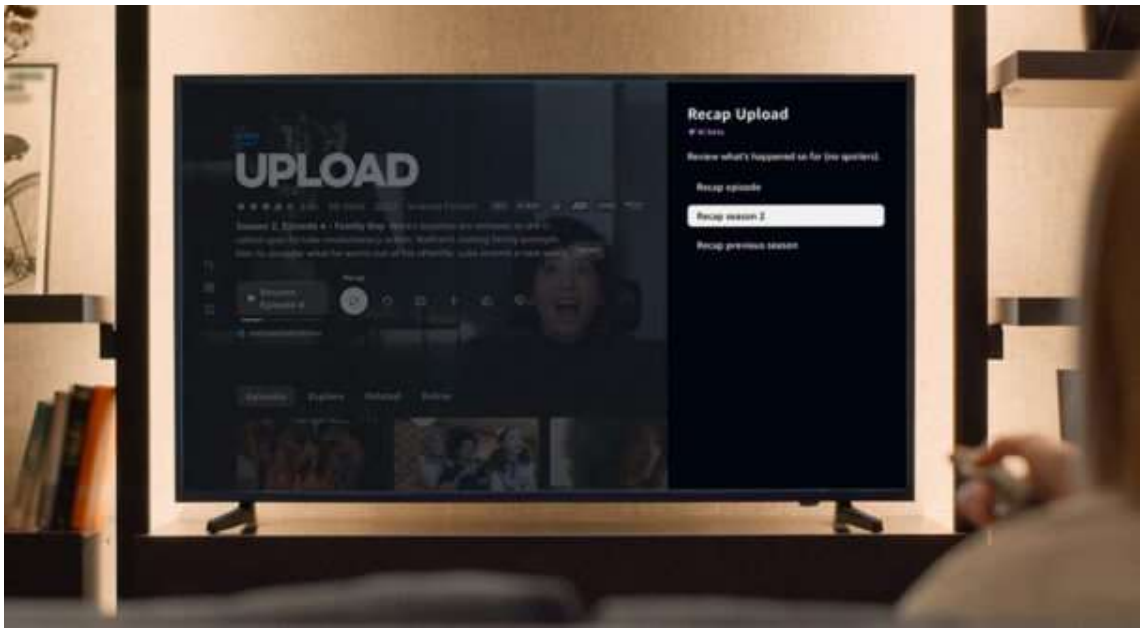
“Para alcanzar ese 10%, necesitamos una comunidad diversa de creadores que desarrollen experiencias en Roblox que vayan más allá del gaming, incluyendo entretenimiento y otras verticales”, agregó Bronstein.

“Este camino con nuestros creadores y socios de IP recién comienza, y estamos entusiasmados por las colaboraciones que surgirán en Roblox”.

Jordan Pinto 16-07-2025

Panorama audiovisual.com

Prime Video: así despliega la IA generativa en AWS para mejorar la calidad del visionado



Amazon Bedrock, un servicio totalmente gestionado de Amazon Web Services (AWS) para crear aplicaciones de IA generativa, vertebra el servicio de streaming Prime Video, ofreciendo en el proceso "valor y conocimiento personalizado" a los espectadores.

El despliegue de IA generativa en AWS de Prime Video se manifiesta en diferentes campos, comenzando por un clásico: las recomendaciones de contenidos personalizadas. A este respecto, Amazon Bedrock está ayudando a potenciar las recomendaciones de contenido personalizadas directamente en las páginas de "Películas" y "Programas de TV" de Prime Video. Los espectadores verán colecciones de "películas que creemos que te gustarán" y "programas de televisión que creemos que te gustarán" en cada página, seleccionadas en función de sus intereses e historial de visionado.

Otra herramienta clave son los X-Ray Recaps, que ayudan a los espectadores a ponerse al día sobre lo que están viendo, sin riesgo de spoilers. Esta herramienta crea resúmenes breves y fáciles de digerir de temporadas completas de programas de televisión, episodios sueltos e incluso fragmentos de episodios a través de breves fragmentos de texto, que describen los principales cliffhangers, los puntos de la trama relacionados con los personajes y otros detalles a los que se puede acceder en cualquier momento del visionado.



Gracias a una combinación de modelos de base administrados por Amazon Bedrock y modelos de IA personalizados, entrenados con Amazon SageMaker, X-Ray Recaps funciona analizando varios segmentos de vídeo. Combinado con subtítulos o diálogos, genera descripciones detalladas de eventos, lugares, horas y conversaciones clave. Asimismo, se aplican Amazon Bedrock Guardrails para verificar que los resúmenes no contengan spoilers.

En el terreno del audio, Dialogue Boost analiza el audio original de una película o serie y utiliza la IA para identificar de forma inteligente los puntos en los que el diálogo puede ser difícil de oír por encima de la música de fondo y los efectos. A continuación, la función aísla los patrones del habla y mejora el audio para que el diálogo sea más claro. Para potenciar Dialogue Boost, Prime Video utiliza diversos servicios de AWS, como AWS Batch con Amazon Elastic Container Registry (Amazon ECR), Amazon Elastic Container Service (Amazon ECS), AWS Fargate, Amazon Simple Storage Service (Amazon S3), Amazon DynamoDB y Amazon CloudWatch, entre otros. Lanzado inicialmente en inglés, Dialogue Boost es ahora compatible con otros seis idiomas, entre ellos francés, italiano, alemán, español, portugués e hindi.

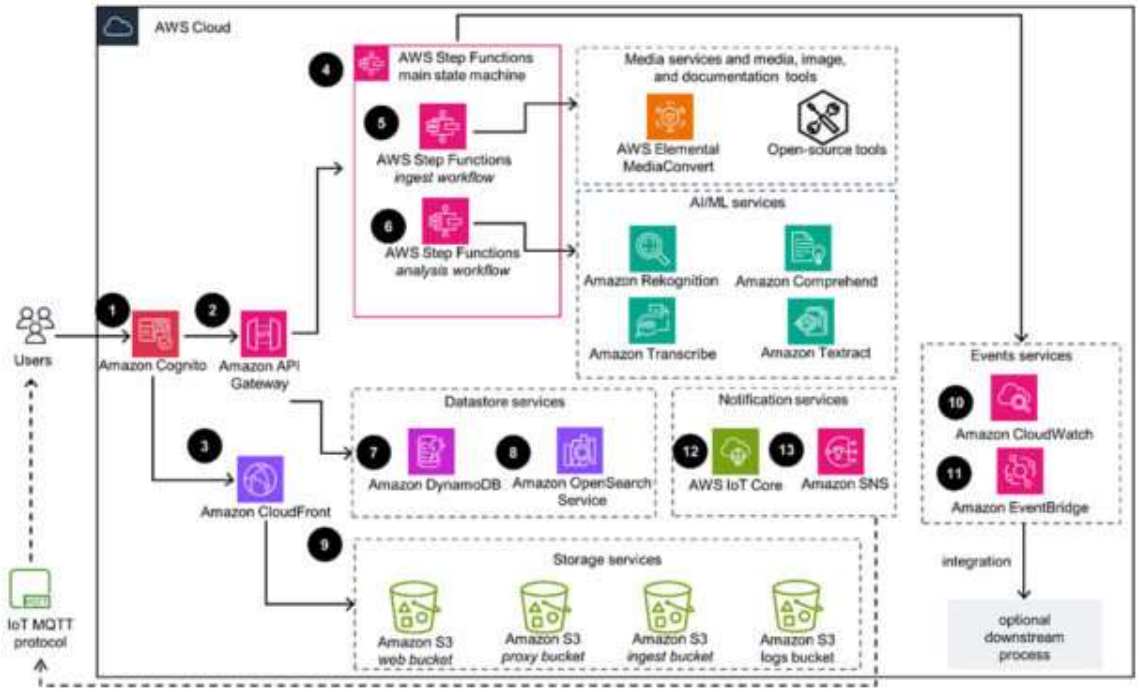


Deporte en directo mejorado

Las últimas temporadas de Thursday Night Football (TNF) de la NFL y los eventos de NASCAR en Prime Video marcaron el debut de varios nuevos Prime Insights: mejoras de transmisión impulsadas por IA diseñadas específicamente para acercar a los fans a la acción que fueron creadas gracias a una colaboración de productores de Prime Sports, ingenieros, analistas en directo y expertos en IA con un equipo de AWS que utiliza Amazon Bedrock.

Prime Insights ilustra aspectos ocultos del juego y pronostica momentos cruciales antes de que sucedan. Por ejemplo, la función "Vulnerabilidad defensiva" de TNF se basa en un modelo propio de aprendizaje automático. Emplea miles de puntos de datos para analizar las formaciones defensivas y ofensivas y destacar dónde intentará ,o debería intentar, atacar el ataque. Por otro lado, la "Burn Bar" de NASCAR utiliza un modelo de IA en Amazon Bedrock, combinado con datos de seguimiento en directo y señales de telemetría de los coches. Analiza el consumo y la eficiencia del combustible de todos los coches de la carrera, identificando qué pilotos están ahorrando combustible y cuáles lo están quemando rápidamente para llegar a la línea de meta y capturar la bandera a cuadros.

Asimismo, Rapid Recap, que también funciona con AWS utilizando Amazon Bedrock, es una función que ayuda a los aficionados a ponerse al día rápidamente después de unirse a un evento que ya está en marcha. La herramienta compila automáticamente un resumen completo de los momentos más destacados de hasta dos minutos de duración.



Comprensión de vídeo mejorada

Los activos de marketing de Prime Video se almacenan en sistemas dispares, con metadatos a veces insuficientes. Esto dificulta que los equipos descubran, rastreen derechos, verifiquen el control de calidad, analicen y moneticen sus contenidos de forma eficaz. Gracias a la IA generativa, las usuarios de AWS pueden comprender mejor sus activos multimedia extrayendo metadatos y añadiendo incrustaciones vectoriales, lo que se conoce como comprensión de vídeo.

Para solucionarlo, Prime Video comenzó a utilizar la guía Media2Cloud en AWS, que ofrece un análisis completo de los medios a nivel de fotograma, plano, escena y audio. La guía ayuda a enriquecer los metadatos de los activos (como celebridad, texto en pantalla, moderación, detección de estado de ánimo y transcripción). Con la tecnología de Amazon Bedrock, Amazon Nova, Amazon Rekognition y Amazon Transcribe, Media2Cloud permite una comprensión más rápida y precisa del vídeo para mejorar la gestión de contenidos, las capacidades de búsqueda y la participación de la audiencia.

Los metadatos de los activos multimedia de Prime Video se envían automáticamente a un socio de AWS, Iconik, para la gestión de activos multimedia (MAM). Como resultado, Prime Video ha enriquecido cientos de miles de activos y ha mejorado la capacidad de descubrimiento en su archivo de marketing.

Por REDACCION • 16 Jul, 2025

EXTRADIGITAL



Movistar Plus+ rescata 'La Caza' y lanza en exclusiva su cuarta temporada

Extradigital Ayer a las 10:35 am

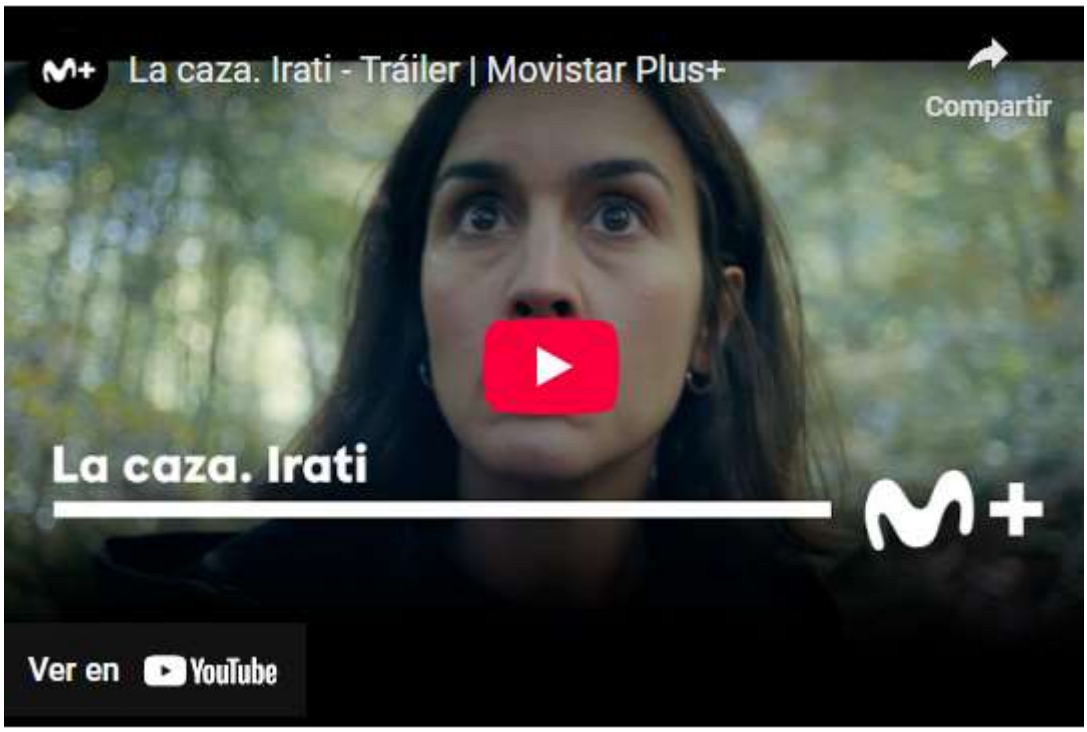
- La serie protagonizada por Megan Montaner cambia de ventana y se estrenará el 4 de septiembre como 'La Caza. Irati'
- El thriller se adentra ahora en los bosques navarros con un nuevo caso criminal y la amenaza de 'La Criatura'

'La Caza' regresa con nueva vida en Movistar Plus+. La plataforma de Telefónica ha lanzado el tráiler oficial de la cuarta temporada, que llegará el 4 de septiembre bajo el título La Caza. Irati. El thriller protagonizado por la oscense Megan Montaner da así el salto de la televisión pública al streaming de pago, tras emitirse en La 1 de RTVE entre 2019 y 2023.

Esta nueva entrega marca un punto de inflexión para la serie no solo por el cambio de canal, sino también por la renovación de parte del elenco y el giro argumental. Félix Gómez regresa como Ernesto Selva, ahora bajo las órdenes de una joven inspectora interpretada por Silvia Alonso. A ellos se suma Montaner en un nuevo rol dentro de la Guardia Civil: psicóloga criminalista. El equipo deberá esclarecer una serie de crímenes en la selva de Irati, donde un asesino en serie conocido como 'La Criatura' acecha entre leyendas ancestrales.

Con ocho episodios dirigidos por Rafa Montesinos y Javier Pulido, y firmados por Agustín Martínez, Luis Moya e Isa Sánchez, La Caza. Irati amplía el universo narrativo de la serie manteniendo su esencia de

suspense. Movistar Plus+ ya ha puesto a disposición de sus suscriptores las tres temporadas anteriores —Monteperdido, Tramuntana y Guadiana— para quienes quieran refrescar la historia antes de la nueva entrega. El reparto se completa con nombres como Ángela Cremonte, Eloy Azorín, Roger Casamajor, Carla Campra o María Romanillos.



Diario del AltoAragón CULTURA

Movistar Plus+ "roba" a RTVE 'La caza', protagonizada por Megan Montaner

La actriz oscense continúa en la cuarta temporada de la serie, que se traslada a Irati

D. A. ACTUALIZADA 16/7/2025



Después de que Radio Televisión Española (RTVE) emitiera las tres primeras temporadas de La caza, protagonizada por Megan Montaner, Movistar Plus+ ha comprado la serie para emitir su cuarta entrega.

La actriz oscense vuelve a meterse en la piel de Sara Campos, la inspectora que ha marcado una de las sagas televisivas más exitosas de los últimos años.

La caza. Irati, cuarta entrega de la serie creada por Agustín Martínez, se estrenará el próximo 4 de septiembre en Movistar Plus+, que ofrecerá todos los episodios completos desde el primer día.

La trama, que en su primera temporada se localizó en "Monteperdido", se traslada ahora a la enigmática selva de Irati, en Navarra, uno de los bosques más grandes y densos de Europa.

Allí aparece el cuerpo sin vida de una mujer en un paraje remoto, y la investigación lleva a Sara Campos hasta esta pequeña localidad aparentemente tranquila pero llena de secretos, donde se enfrentará a una red de misterios, leyendas populares y tensiones enterradas durante años.

Junto a Montaner, vuelve Félix Gómez como el teniente Ernesto Selva, inmerso en una crisis profesional y personal. En Irati colaborará con una nueva inspectora y con la Guardia Civil local, en un caso que pondrá a prueba sus creencias, su resistencia y su confianza en los demás.

El reparto lo completan Silvia Alonso, Roger Casamajor, Eloy Azorín, Ángela Cremonte, Marian Hernández o Ingrid Rubio, entre otros intérpretes.

Una vez más, el paisaje es parte esencial del relato: las más de 20.000 hectáreas del bosque navarro imprimen carácter y tensión a un thriller en el que el entorno es casi un personaje más.

Y si el rostro protagonista tiene raíces altoaragonesas, lo mismo puede decirse de su banda sonora: el compositor Juanjo Javierre firma la música original de esta nueva entrega, aportando su sello personal a una historia marcada por el suspense y la carga emocional.

Producida por DLO Producciones y Movistar Plus+, La caza. Irati cuenta con guion del propio Agustín Martínez junto a Luis Moya e Isa Sánchez.

Consta de ocho episodios de 50 minutos y mantiene la estructura de temporadas autoconclusivas centradas en un nuevo caso y un nuevo lugar.

Supertele

PAÍS: España
PÁGINAS: 27
AVE: 2350 €
ÁREA: 82 CM² - 39%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 39552
OTS: 72000
SECCIÓN: MAGAZINE

19 Julio, 2025



Las críticas DEL SR. CASANOVA



«Quien se enfada por las críticas reconoce que las tenía merecidas», Tácito

‘Los sin nombre’

Regreso al horror psicológico con una mirada contemporánea



Movistar Plus+ **THRILLER • SERIE** • +16 . T1. 6 cap. 50 min. **Dir.:** Pau Freixas, Pol Cortecans (creadores). **Int.:** Miren Ibarguren, Rodrigo de la Serna. España. 2025

Adaptar una novela ya llevada al cine y volver a encontrarle pulso no es tarea fácil. Pero esta miniserie de seis episodios consigue algo poco habitual: revisitar una historia conocida y volverla a hacer temblar. Basada en el libro de **Ramsey Campbell**, y con Jaume Balagueró como uno de los guionistas –quien ya dirigió su versión en 1999–, esta nueva adaptación dirigida por **Pau Freixas** amplía el relato original, lo moderniza y lo lleva por caminos más complejos.

El punto de partida engancha. Claudia (una excelente **Miren Ibarguren**), destrozada por la desaparición de su hija Ángela, trata de rehacer su vida siete años después. Está embarazada, intenta cerrar heridas... hasta que una llamada telefónica lo trastoca todo: “Mamá, soy yo, Ángela. ¡Por favor, ven a buscarme!”. Ese momento demoledor abre la puerta a una investigación obsesiva que mezcla thriller psicológico, ecos sobrenaturales y drama íntimo con sorprendente fluidez.

A lo largo de sus episodios, la serie explora el horror desde dentro: el de las madres que nunca entierran del todo, el de las familias fracturadas por el silencio, el de las sectas que se camuflan tras promesas de redención. Y aunque juega con elementos típicos del género –tatuajes rituales, símbolos, susurros inquietantes–, evita caer en la fórmula del thriller clásico. Cada giro se sostiene sobre una dirección sobria, una atmósfera gélida y un guion que sabe cuándo insinuar y cuándo golpear. El reparto acompaña con solvencia, especialmente **Rodrigo de la Serna** y **Milena Smit**.

Hay riesgo en cada episodio, y eso se agradece. El guion sabe dosificar la tensión y, aunque no todo el desarrollo es perfecto, el conjunto ofrece una experiencia entretenida. Sólida, y perturbadora, su cierre no se olvida fácilmente.

Muy buena ★★★★

20minutos
CINEMANÍA

'Perejil, la guerra que no fue': la anécdota histórica que llevó a España y Marruecos al borde del conflicto

Cinemanía – Series Andrés Salas 16.07.2025

El documental de tres episodios, disponible en Movistar Plus+, cuenta con detalles el enfrentamiento diplomático entre los dos países hace 23 años.



En la madrugada del 16 de julio de 2002, las Fuerzas Armadas españolas irrumpieron en el islote de Perejil, un territorio deshabitado frente a las costas de Marruecos que cinco días antes había sido ocupado por varios soldados del país norteafricano. "Ríndanse, salgan con las manos en alto", era lo que proclamaba la megafonía de los helicópteros mientras que los militares llevaban a cabo la Operación Romeo Sierra, ideada para poner fin a un conflicto diplomático que pudo haber acabado en guerra entre ambos países.

El pasado 10 de julio, Movistar Plus+ estrenó la serie documental Perejil, la guerra que no fue. A lo largo de tres episodios recuerda todo lo sucedido hace 23 años, desde la ocupación marroquí el 11 de julio hasta la resolución diplomática del conflicto. La obra, dirigida por Tian Riba, cuenta con más de 40 testimonios de protagonistas de aquel suceso, entre ellos José María Aznar, entonces presidente del Gobierno de España; Richard Armitage, ex subsecretario de Estado de los Estados Unidos; Jorge Dezcallar, ex director del CNI; o Federico Trillo y Ana Palacio, ex ministros de Exteriores y Defensa respectivamente. También cuenta con las intervenciones de altos cargos de la diplomacia española, francesa y marroquí, así como expertos, militares y periodistas de los países implicados.

El documental utiliza los testimonios de los protagonistas de aquel conflicto para reconstruir, día a día, cada paso de este enfrentamiento diplomático que hoy se recuerda como anecdótico pero que "es lo más cerca que han estado España y Marruecos de una guerra desde la Marcha Verde", como señala Tian Riba. Lo cierto es que, de la noche a la mañana, una roca en mitad del Mediterráneo desencadenó una crisis internacional que involucró a la ONU, la Unión Europea, la OTAN, la Liga Árabe y Estados Unidos.



Perejil, símbolo de una compleja relación vecinal

Las relaciones entre países vecinos siempre han sido complejas. En algunos casos existen lazos de cooperación, pero en otros lo que parece más cercano es un escenario de conflicto bélico. Pasar de un lado a otro es más fácil de lo que uno puede pensar, y el islote de Perejil fue un ejemplo claro. Pasó de ser una roca que pocas personas eran capaces de situar en un mapa a convertirse en un motivo de disputa abierta entre España y Marruecos.

Perejil, cuyo nombre en árabe es Laila y en bereber Tura, es un islote deshabitado en el Estrecho de Gibraltar, a unos 250 metros de la costa africana y a 8 kilómetros de Ceuta. A diferencia de esta ciudad autónoma y de otros territorios españoles en la África continental como Melilla, el peñón de Vélez de la Gomera y las islas Alhucemas y Chafarinas, el islote es un caso ambiguo, ya que tanto España como Marruecos la reclaman pero ninguno tiene allí símbolos de soberanía. Sin embargo, ambos sostienen con argumentos históricos sus reclamaciones territoriales desde hace décadas.

El 11 de julio de 2002, un grupo de soldados marroquíes llegaron al islote y establecieron allí tiendas de campaña. Además, izaron la bandera de Marruecos en una rama. Desde el primer momento, España exigió explicaciones a la monarquía

norteafricana, pero al inicio sus representantes alegaron que no sabían nada de lo que estaba ocurriendo. Después cambiaron su versión y explicaron que se trataba de una misión contra el tráfico de drogas.

A los pocos días, viendo que la posición marroquí se mantenía igual, el Gobierno de España puso en marcha el 16 de julio la Operación Romeo Sierra, un ejercicio combinado entre las facciones principales de las Fuerzas Armadas para irrumpir en el islote de Perejil, apresar a los soldados de Marruecos y devolverlos a su país. Después de cumplir la misión con éxito, un destacamento de la Legión se quedó en la roca hasta que el 22 de julio se hizo público el acuerdo entre los dos países para recuperar el statu quo anterior a estos acontecimientos, aunque ninguna de las partes renunciaría a sus pretensiones sobre la soberanía del islote.

Conociendo de primera mano el conflicto

Perejil, la guerra que no fue, es un documental que explora la raíz del problema y sus consecuencias mediante los testimonios de aquellas personas que estuvieron implicadas directamente en el conflicto. Es precisamente este detalle el que permite que la reconstrucción de los hechos sea entretenida y cercana a una cierta objetividad, ya que cuenta con declaraciones de políticos, periodistas y diplomáticos de los implicados principales: España, Marruecos, Francia y Estados Unidos.

A las intervenciones de los protagonistas hay que sumar imágenes reales de aquel episodio y recreaciones de toda la intervención militar mediante una maqueta del islote de Perejil, lo que permite comprender mejor el orden cronológico de los hechos y lo que sucedió durante más de diez días frente a las costas del norte de África. La docuserie original de Movistar Plus+ y producida en colaboración con El Terrat (The Mediapro Studio) está disponible en la plataforma desde el pasado 10 de julio.



Esta serie documental facilita la tarea de comprender un conflicto diplomático que se recuerda como anécdota pero que pudo haber terminado en guerra y en la activación del artículo 5 de la OTAN. Por ello, como también se retrata en la docuserie, el papel de Estados Unidos fue fundamental, ya que dos de sus mayores aliados estaban a un paso de enfrentarse entre sí.

Perejil, la guerra que no fue también puede servir para entender el contexto actual de las relaciones entre España y Marruecos, marcadas por las presiones fronterizas y las reclamaciones territoriales del país norteafricano. En este sentido, Jorge Ortiz de Landázuri, productor ejecutivo de Movistar Plus+, señala que este episodio, lejos de ser un incidente fronterizo, "escenificó conflictos no resueltos en torno a la soberanía, el legado colonial y las relaciones entre países vecinos. Mostró, además, cómo se recurre a la escenografía militar y al poder simbólico en el marco de la diplomacia contemporánea".

LA MEJOR VERSIÓN DEL HOMBRE

Esquire



printed MUSIC FEST 2025

PEDRO SÁNCHEZ comparte con Esquire las canciones que han marcado su último año

Nº 195
Julio-Agosto
2025
esquire.es

4,50 € (Canarias 4,65 €)
00195
8 413042 873440

ANTONIO FLORES, by Alba Flores

CON TESTIMONIOS DE:

Miguel Ríos, Alejandro Sanz, Nacho García Vega, Joan Manuel Serrat, Ana Belén y Pepe Montoyita

Esquire

PAÍS: España
PÁGINAS: 148-153
AVE: 82200 €
ÁREA: 18936 CM² - 600%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 17238
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Agosto, 2025



Antonio Flores

salvaje y fugaz

LA HIJA DE ANTONIO, **ALBA FLORES,** Y LA ESCRITORA DE *ESQUIRE* **ANA TRASOBARES** LLEVAN MESES BUCEANDO EN LOS ARCHIVOS ÍNTIMOS DE LA FAMILIA Y ENTREVISTANDO A GRANDES AMIGOS DEL AUTOR. EL RESULTADO ES ESTE RETRATO PERSONAL E INTRANSFERIBLE DE UNO DE LOS GRANDES MITOS DEL ROCK ESPAÑOL 30 AÑOS DESPUÉS DE SU MUERTE

FOTOGRAFÍA **MARIANNE NILSEN**

Antonio Flores (Madrid, 1961-1995) es un hombre de portada. Lo fue y lo será. Y no lo digo yo porque, como dijo él, "nada más salir por la vagina de mi madre ya me hicieron una foto", sino porque Antonio, por sí mismo, es talento, es música, es carisma, es genio y rebeldía; es blues y rumba, reggae, flamenco y confesión; poesía, belleza, nostalgia y noche; es rock y desenfreno, ternura, empeño, mucho empeño. El que le echó a la vida para hacerse un hueco en la historia a pesar del apellido.

Porque el que piense que llamarse Flores fue para él una bendición, que sepa que no lo fue tanto, ni tampoco siempre. Con 19 años, en una de esas fiestas familiares donde la gran Lola y el Pescaílla congregaban a lo mejor de lo mejor, es cierto que un directivo de la CBS le fichó tras escucharle cantar *No dudaría*. Estar allí, ser hijo de y encima componer esa pedazo de canción que hoy es himno, claro que le abrió las puertas y grabó un primer álbum, pero después hubo otros intentos que no salieron tan bien. Con esto quiero decir que la consagración le llegó años después, al cuarto disco, con *Cosas mías* (1994), un álbum repleto de éxitos –*Siete vidas, Cuerpo de mujer, Arriba los corazones, Alba, Juan el Golosina, Anti tu, Isla de Palma*…– con el que logró cinco veces ser disco de platino. O sea, que llegó pero costó a pesar de ser un Flores. Luego, a los pocos meses, desgraciadamente murió y todos nos quedamos abatidos y hambrientos de más Antonio. Tenía 33 años y una hija de ocho a la que hemos visto crecer, solo a veces, buscando en su mirada los ojos de su padre. Ella es hoy una de las mejores actrices de este país.

Si me preguntaran, no dudaría en afirmar que esta historia que viene a continuación es el relato de amor más sentido que voy a escribir en mucho tiempo. Primero, porque lo protagonizan este padre y esta hija amantísimos que la muerte separó demasiado pronto; segundo, porque con la presencia de esta mujer, sin decir palabra, ha sido imposible olvidarnos de Antonio en estos años; y tercero, porque hoy, en el 30 aniversario de su partida, ha sido ella la que ha desata- »

Lo tenía todo: talento, voz, energía, belleza, carisma, personalidad... Al menos nos quedan sus canciones y un montón de vídeos para admirarle.

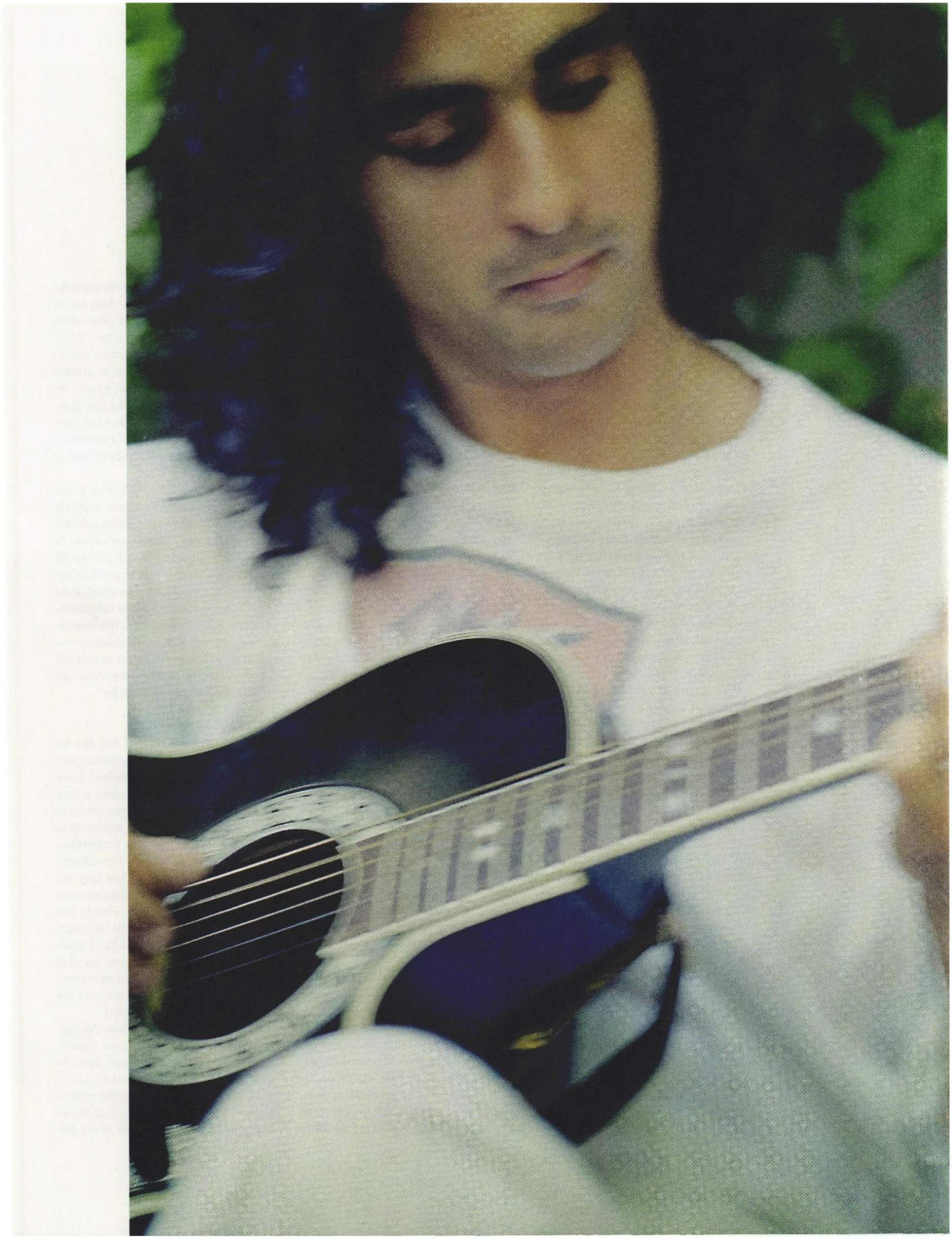
Esquire

PAÍS: España
PÁGINAS: 148-153
AVE: 82200 €
ÁREA: 18936 CM² - 600%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 17238
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Agosto, 2025





Esquire

PAÍS: España
PÁGINAS: 148-153
AVE: 82200 €
ÁREA: 18936 CM² - 600%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 17238
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Agosto, 2025



ALEJANDRO SANZ: "HABLÉ EL DÍA ANTERIOR CON ÉL. ME DIJO QUE FUERA A LA CABAÑA, PERO NO FUI..."

«do un torrente de pasión y de magia para hacerlo renacer. ¿Qué otra cosa, si no es el amor inquebrantable, podría obrar el milagro?

El 10 de octubre los cines llenarán sus pantallas de *Flores para Antonio*, el documental que dirigen Elena Molina e Isaki Lacuesta y que, de la mano de Alba Flores –artista que desborda energía e hipnotiza como lo hacía su padre–, honra la memoria del gran músico. Pero en *Esquire* no hemos podido esperar y, conscientes de la oportunidad, hemos querido sumarnos a este homenaje que hace tiempo deseábamos. ¿Qué revista de prestigio no soñaría con llevar en su portada a un Antonio Flores inédito y en exclusiva que es nuestro santo maldito del rock español, nuestro genio de los 80 y 90, el compositor que con su música, su belleza salvaje, su voz quebrada y sus letras de cuento nos sigue perforando las entrañas?

Para estar a la altura no había otra que contar con ella –tan bonita, tan morena, tan gitana como era– y pedirle, aunque fuera rumbeando, que fuera nuestra editora invitada. La palabra 'gracias' se nos quedó corta cuando dijo 'sí'. Felicitarla ahora por haber reunido en torno a la figura de su padre a colegas y amigos como Joan Manuel Serrat, Alejandro Sanz, Miguel Ríos, Ana Belén, Nacho García Vega y el guitarrista Pepe Montoyita es solo una formalidad que espero se convierta en amistad. La que derrochan, por otra parte, estos otros cómplices de lujo que participan con sus testimonios que nos hacen reír y llorar cuando hablan de él. Todos los recuerdos son oro puro. Y los ha recopilado Alba a base de tesón y preguntas bien tiradas. Lo recalco por si un día quiere cambiar de bando: ¡ya sabes dónde estamos! Ahora sí levanto el telón de esta *Lección de amistad by Alba* que es de Antonio y para Antonio. No aplaudáis hasta el final, por favor, por aquello de no cortar el hilo.

Empecemos por Joan Manuel Serrat, quien le recuerda así: "El 16 de mayo de 1995 nos dijo adiós Lola Flores. Quince días después, víctima de una sobredosis de tristeza, seguía sus pasos Antonio, su hijo, su niño de apenas 33 años. De Antonio Flores, siempre supe de los éxitos que le acompañaron desde la aparición de su primer trabajo, *No dudaría*. Pero a pesar de la relación y el cariño que nos teníamos con sus padres, y especialmente con su hermana Lolita, el mediano de la familia González Flores y yo no nos conocimos personalmente hasta que Víctor Manuel y Ana Belén presentaron su trabajo *Mucho más que dos*, en 1994. Ellos nos invitaron a ambos a participar en un par de conciertos en el Palacio de Deportes de Gijón, junto a un montón de amigos, entre ellos, Sabina, Juan Echanove, Pablo Milanés, Manolo Tena, Miguel Ríos y alguno más que ahora no recuerdo. Fueron un par de inolvidables noches, con sus correspondientes días, en las que charlamos, cantamos, bebimos, comimos y, unos con otros, pudimos conocernos mejor, reconocernos mutuamente y confraternizar no solo en el escenario. Las paredes y los pasillos del hotel Príncipe de Asturias guardan cómplice memoria de aquellos días".

MUCHACHO DE MIRADA TRISTE

El cantautor catalán en el que tantos músicos se han mirado, también Antonio, se lamenta del poco tiempo que compartió con el homenajeado y añade melancólico: "Quién iba a imaginar entonces que mis pasos no iban a volver a cruzarse con los de aquel muchacho enjuto y moreno, de mirada triste y silencios largos al que solo pude conocer de refilón". Aun así, el corazón y la voz de Serrat estuvieron con él cuando había que estar: "Dejé constancia de mi admiración por él participando en 2002 en el álbum *Cosas tuyas*, en el que un grupo de compañeros replicábamos sus canciones como tributo. Yo lo hice cantando *La espina*". Si no recuerdas esta versión, búscala en YouTube y date el placer.

Aunque el papel es finito y me aprieta el espacio, no quiero dejar de transcribir las últimas palabras de Serrat, dedicadas a Alba, que erizan la piel: "Huérfana de por vida, ahora 30 años después, enfrenta la pérdida recorriendo con él los caminos de la ausencia en una propuesta cinematográfica difícil y liberadora, hilvanando retales, escarbando en el tiempo, rescatando la memoria hasta donde alcanzan los recuerdos. Recordar. Es volver a pasar por el corazón".

LA BELLEZA DESNUDA

¡Qué palabra tan bonita! Sin ella no seríamos nada. De hecho, este reportaje, desde que lo empezamos hace más de un mes, me lleva una y otra vez a la que fui. A mi habitación de la casa de mis padres, a esa noche en la que mi amiga Nuria y yo preparábamos el último examen de Periodismo y ella, que era aún más fan que yo, fue incapaz de abrir el libro porque ese día había muerto él. Desde esa noche estos versos son mi bandera, pues sonaron en bucle hasta el amanecer: "Puedo correr sobre las olas del mar / Puedo viajar sin moverme del sofá / Puedo jugar a mezclar los colores / Y pintar mi realidad".

Y ¿dónde estaba esa noche Alejandro Sanz? Pues imagino que, destrozado, cumplía con su agenda de conciertos –era mayo–, mientras se preguntaba por qué coño no estuvo allí. Es mi interpretación, tras escuchar lo que dice: "Yo hablé el día an-

Esquire

PAÍS: España
PÁGINAS: 148-153
AVE: 82200 €
ÁREA: 18936 CM² - 600%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 17238
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Agosto, 2025



De arriba abajo, en sentido horario: Pepe Montoyita, su primer amigo; con su madre, Alejandro Sanz y su hermana Lola; con Ana Belén; Miguel Ríos, al que admiraba; con Joan Manuel Serrat, otro de sus espejos; y Nacho García Vega y Antonio Vega, de Nacha Pop y amigos íntimos de Antonio.

terior con él. Me dijo que fuera a la cabaña de El Lerele, pero no fui... Me arrepentiré toda mi vida". Sanz, uno de los mejores letristas de nuestra industria musical, heredero de Antonio en esto y en otras cosas, destaca las capacidades musicales del hijo de La Faraona: "Su virtud como músico eran los trazos sueltos, la belleza desnuda, la simpleza de lo verdadero, la personalidad que mostraba en todo lo que hacía. Era el último mohicano, el lobo solitario, la pasión contenida y su facilidad para contar las cosas. Su mejor virtud era ser único". Alejandro, amigo de los Flores casi desde niño, prefiere la intimidad: "Cada vez que compartíamos una canción se generaba un ambiente casi místico, de respeto, de admiración, de disfrute de los sentidos. Tenía esa habilidad para transmitir una fuerza rara, tierna y decidida a la vez. Pero mis ratos favoritos eran cuando después de un sarao me llevaba en su coche a mi casa, no importaba la hora... Ahí teníamos conversaciones que atesoro como joyitas en forma de recuerdo".

El autor de *Cuando nadie me ve* dice que Antonio era "honesto", "cariñoso", "leal" y "un alma sin maldad". Nacho García Vega, guitarrista, compositor y fundador de Nacha Pop, está de acuerdo con esta lista de adjetivos, a los que añade "simpático", "gracioso", "entrañable", "divertido" e "inteligente, como los que tienen sentido del humor".

La entrevista que García Vega le concede a Alba es como un cofre lleno de tesoros porque Antonio y él compartieron música y amistad verdadera. A ver si consigo transmitirlo: "Yo con Antonio me lo pasaba muy muy bien. Me encantaba estar con él y quiero pensar que el sentimiento era mutuo. Nos lo pasábamos bomba. Un día nos reímos mogollón. Fue en Gijón, en un concierto de Ana Belén, Víctor Manuel, Miguel Ríos, Serrat... Antonio subía al escenario con la canción *Solo le pido a Dios* [perdón, intervengo: esta versión es otra de mis banderas]. Nos reunimos después del concierto y fuimos a cenar a un restaurante. Nos sentamos juntos, nos apetecía charlar. Y en esas, empiezan a traer platos, entre ellos una ración de erizos de mar y a los dos nos daba mucho asco. No se me olvidaré su cara diciendo: "Esto da asco hasta con la luz apagada". Yo nunca había oído esa expresión y empezamos a reír y no podíamos parar".

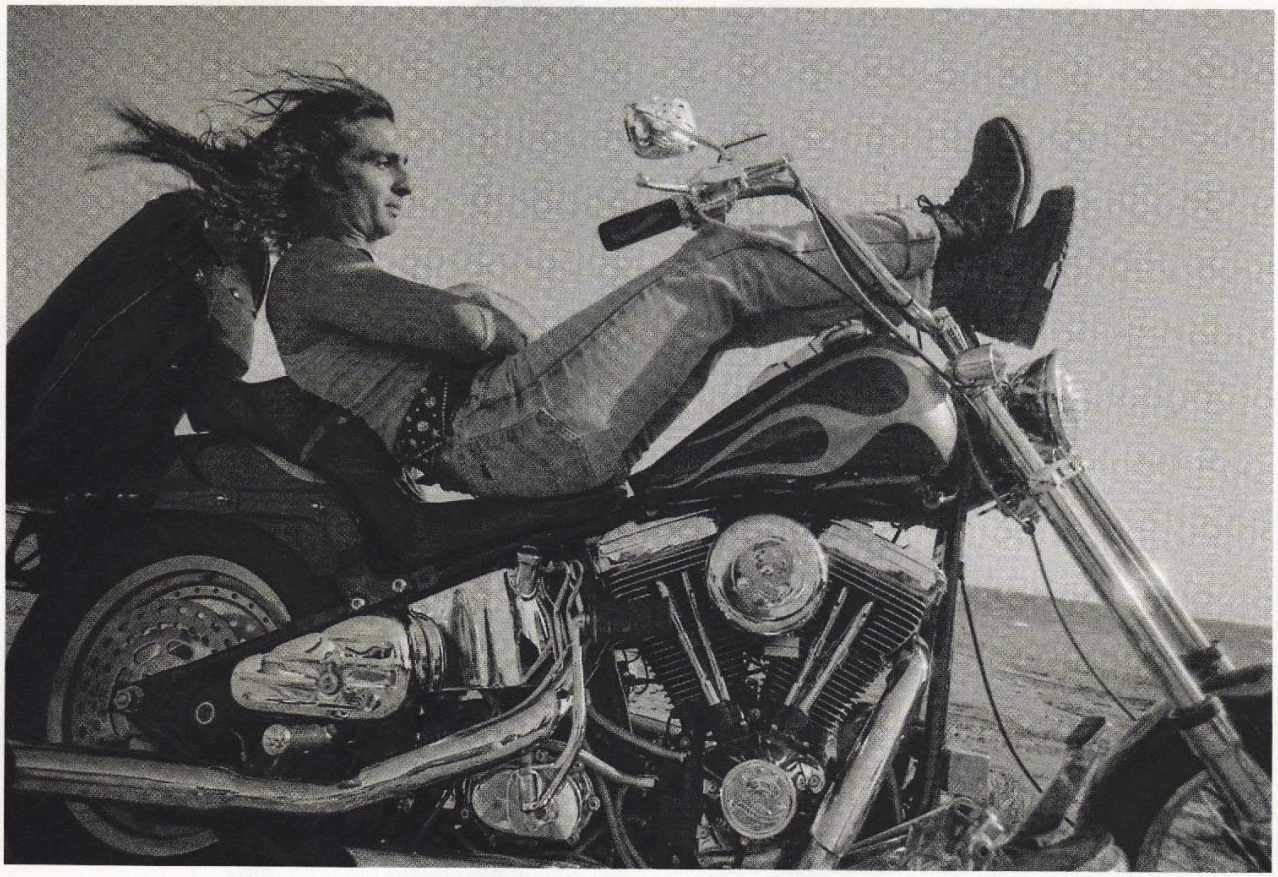
La voz cantante de Nacha Pop y arropo de su primo Antonio Vega –el otro mártir de la música española en mayúsculas–, autor de *Grité una noche* y acompañante silencioso de la sagrada *Lucha de gigantes* que compuso el otro Antonio, el Vega, puede presumir de haber creado para Flores: "Estoy muy orgulloso de una de las poquitas medallas que me puedo colgar y es que Antonio me pidió que le compusiera una canción. Él creó para mucha gente, tenía ese talento a la hora de imaginar canciones. Escribir *Gata encerrada* para él fue un honor. La sigo oyendo de vez en cuan- »

Esquire

PAÍS: España
PÁGINAS: 148-153
AVE: 82200 €
ÁREA: 18936 CM² - 600%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 17238
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Agosto, 2025



MIGUEL RÍOS: "SE ABRIÓ LA CAMISA EN UN GESTO ROCKERO. NO HE VISTO UN SER HUMANO MÁS BELLO"

«do y me impresiona el poderío de su voz en los estribillos, en los versos". Tiene razón. No dejes de revisarla. Como tampoco los álbumes que escribió para su hermana Rosario, *De ley* (1992) y *Siento* (1994), preciosas joyas musicales donde dejó su huella.

Hay una frase de García Vega que desmantela las habladurías en torno a la muerte de Antonio y que me llega al alma: "No le pegaba morirse. Me sorprendió mucho, no me lo imaginaba con esa vulnerabilidad, no me imaginaba que fuera a fallecer. Para mí siempre fue una persona con una energía bestial, cosa que otros, que no voy a mencionar, no tenían". Imagino que piensa en su primo, en el otro Antonio, el que se entendía a las mil maravillas con su tocayo Flores. "No recuerdo bien la relación que tenía con mi primo, aunque estoy seguro de que la tenían y era excelente por ambas partes. Imagino que se llevaban de puta madre. Tenían en común muchas cosas, pero tenían una que yo no tenía con ellos y que tiene que ver con las drogas. Lo digo con amargura y tristeza. Esa parte yo no la compartí como la pudieron compartir ellos. Conociéndoles, seguro que fue una relación bonita. Una relación de sensibilidad y también de risas, porque aunque Antonio Vega no era una catarata de humor, también tenía un humor fino".

La droga. ¿A cuántos genios se ha llevado por delante? Incontables. Puede que la sensibilidad extrema con la que algunos nacen sea la cuerda tensa que los arrastra a esos paraísos artificiales de los que hablaban Baudelaire y otros malditos. Me faltan las palabras, llegados a este punto, donde solo puedo disculpar a los que se hundieron en ese charco cenagoso donde uno se olvida del cuerpo porque todo es sentimiento. ¡Lástima que de ahí salgan tan pocos!

Cambio de tercio porque aquí estamos para celebrar el talento de un hombre genuino y camaleónico que es parte de todos por la música que le brotaba a borbotones. "Antonio disfrutaba con el proceso creativo que empieza con una idea pequeñita. Ese germen que crece mientras te tomas una copa con la guitarra en las manos y se desarrolla como la planta que riegas a gotitas y crece hasta que se convierte en una flor más o menos bonita, más o menos olorosa. Él seguiría siendo ese creativo a la vieja usanza", describe García Vega.

Esquire

PAÍS: España
PÁGINAS: 148-153
AVE: 82200 €
ÁREA: 18936 CM² - 600%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 17238
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Agosto, 2025

Antonio posa como un *easy rider* con la única compañía de la libertad. Como buen rockero, puede que estuviera escuchando a Led Zeppelin, a Lou Reed o a su madre, la más rockera del flamenco.

Antes de pasar al siguiente testimonio, déjame que relate una anécdota gustosa y divertida que Nacho comparte. Una tarde, Antonio le pidió grabar unas escenas en su ático de la Plaza Mayor para el videoclip de *Siete vidas*, lo último que rodó. "Cuando acabaron, se quedó y tomamos unas copas. Lo pasamos cojonudamente bien. De pronto, sería la una de la mañana, suena el teléfono. No había móviles en esa época. Lo cojo y era Lola Flores: 'Nacho, ¿está Antonio?'. Y yo, tiritando, digo: 'Antonio, es tu madre, cógelo'. Y Antonio: 'Sí, mamá, no te preocupes, todo bien. Yo se lo digo'. Y me pasa el teléfono: 'Nacho, por favor, dale un bocadillo a Antonio, dale algo de comer. Por favor te lo pido, que coma algo'. 'Te lo garantizo, Lola', le dije. Y cuando cuelgo y le digo, me responde el cabrón: 'Vete a la mierda, tío, déjame en paz, que no me apetece comer'. Lo tengo grabadísimo. Espero que te saque una sonrisa, Alba". Gracias, Nacho, nosotros ya la tenemos puesta.

MESTIZAJE PURO

Para este músico mítico y altavoz imprescindible de la Movida, los Flores son sobre todo buena gente. Pero eso yo ya lo sabía porque me lo contó un día mi padre. Te pongo en antecedentes. Madrid, 1955 o 1956. Recién licenciado en Medicina, mi progenitor montó una clínica en el barrio de Vallecas con un compañero amigo. Una noche de guardia, tocan a la puerta a las tantas de la madrugada. Abren y aparecen Lola Flores y unas amigas que se habían acalorado más de la cuenta y necesitaban yodo y alcohol de curar. Me imagino la escena en la que dos médicos jóvenes –guapos, temblorosos y caballeros– se crecieron ante el feliz imprevisto y, recompuestas las reinas de la noche, se negaron a cobrar la intervención. Lola insistió e insistió, pero mi padre –que era de armas tomar– no lo permitió. Unas semanas después, ella volvió a llamar a esa puerta no para pedir auxilio, sino para, acompañada por un cuadro flamenco que ya querría para sí El Corral de La Morería, obsequiarlos con una noche de jarana donde no faltaron el cante, la guitarra, el vino y el jamón. Fin de esta historia de la buena gente. Continúo.

A este tributo de papel y golosina que camina por la vida de mi ídolo fugaz y salvaje no podía faltar el rey del rock español: Miguel Ríos. Por edad, el granadino se codeó más con la Faraona que con su hijo, pero también compartió con él momentos que son historia de España: "En 1993 hice una serie para Canal Sur, por la que pasó todo el talento andaluz en todas sus manifestaciones y estilos: Paco de Lucía, Enrique Morente, Lola Flores, Rocío Jurado, Sabina, Danza Invisible... Uno de los impactos que conservo más vivido fue el día que canté con él *Un caballo llamado muerte*. En el ensayo, se abrió la camisa, en un gesto rockero, y no he visto un ser humano más hermoso, saludable y bello. Estaba en proceso de limpieza y se notaba su alegría".

Antonio admiraba a Miguel, pero nunca se lo dijo. "Lo sé por tu abuela y por Antonio Carmona, que me contó que se picaban por ver quién de los dos me imitaba mejor".

Otra de nuestras grandes voces, además de actriz y directora, Ana Belén, le recuerda con la misma ternura y pasión que derrocharon juntos sobre el escenario cuando interpretaron *Solo le pido a Dios:* "Fue emocionante, él sentía mucho esa canción. Antonio era un músico fresco, pero con mucha sabiduría musical", añade. "Eso se tiene o no se tiene. Él lo tenía, lo llevaba en sus genes. Transmitía mucha fuerza y musicalidad. Era mestizaje puro".

Ana Belén no olvidará jamas el día de su muerte: "Yo estaba en casa, recibí la llamada y fui a la suya. Me recibió Lolita con la cara desencajada y me dijo: 'Ana, y, ahora, ¿qué le pedimos a Dios?'. Lo recordaré siempre".

Cierro esta historia de amor interrumpida con los recuerdos más valiosos, los de Pepe Montoyita, tío de Estrella Morente y guitarrista de una gran saga del flamenco, cuyo padre, también guitarrista, fue un principal en la compañía de Lola y el Pescaílla. Por esos teatros y tablaos, los niños Antonio y Montoyita se hicieron amigos, los primeros amigos, mientras correteaban entre bambalinas y aprendían a tocar.

UN NIÑO FUERTE Y SENSIBLE

"Imitábamos a nuestros padres, pero sin usar la mano izquierda. Y con la derecha hacíamos el ventilador y el ritmo de la rumba. Tu padre, Alba, era un niño fuerte, con talento, con personalidad. Nos peleábamos, pero también era generoso. Lo compartía todo conmigo, desde las palomitas cuando en las giras las tatas nos llevaban al cine a los juguetes en las noches de Reyes". También se quisieron de mayores, pero con menos frecuencia, hasta que la muerte los separó: "Fue durísimo. Antoñito era muy sensible, lloraba por todo cuando se enredaba. Muy sensible. El día que tu abuela murió, el corazón de tu padre no pudo aguantarlo. Que no se inventen cosas. Eso es lo que pasó".

¿Quién puede no amar a tantos Antonios? Aunque yo, si tuviera que elegir, no dudaría en sentarme en las escaleras del barrio con ese *bluesman* joven y guapo de *Colegas* (1982), la película quinqui de Eloy de la Iglesia donde el músico también es actor. Os dejo con su voz y su mástil en *Lejos de aquí:* "Yo preparé mi equipaje: cerveza fría y un poco de hachís / Y no olvidé mi guitarra, que fue la única que quiso venir / No pude encontrar a nadie que me quisiera seguir". No se puede decir más con menos. Bendito, tú; bendita, Alba.

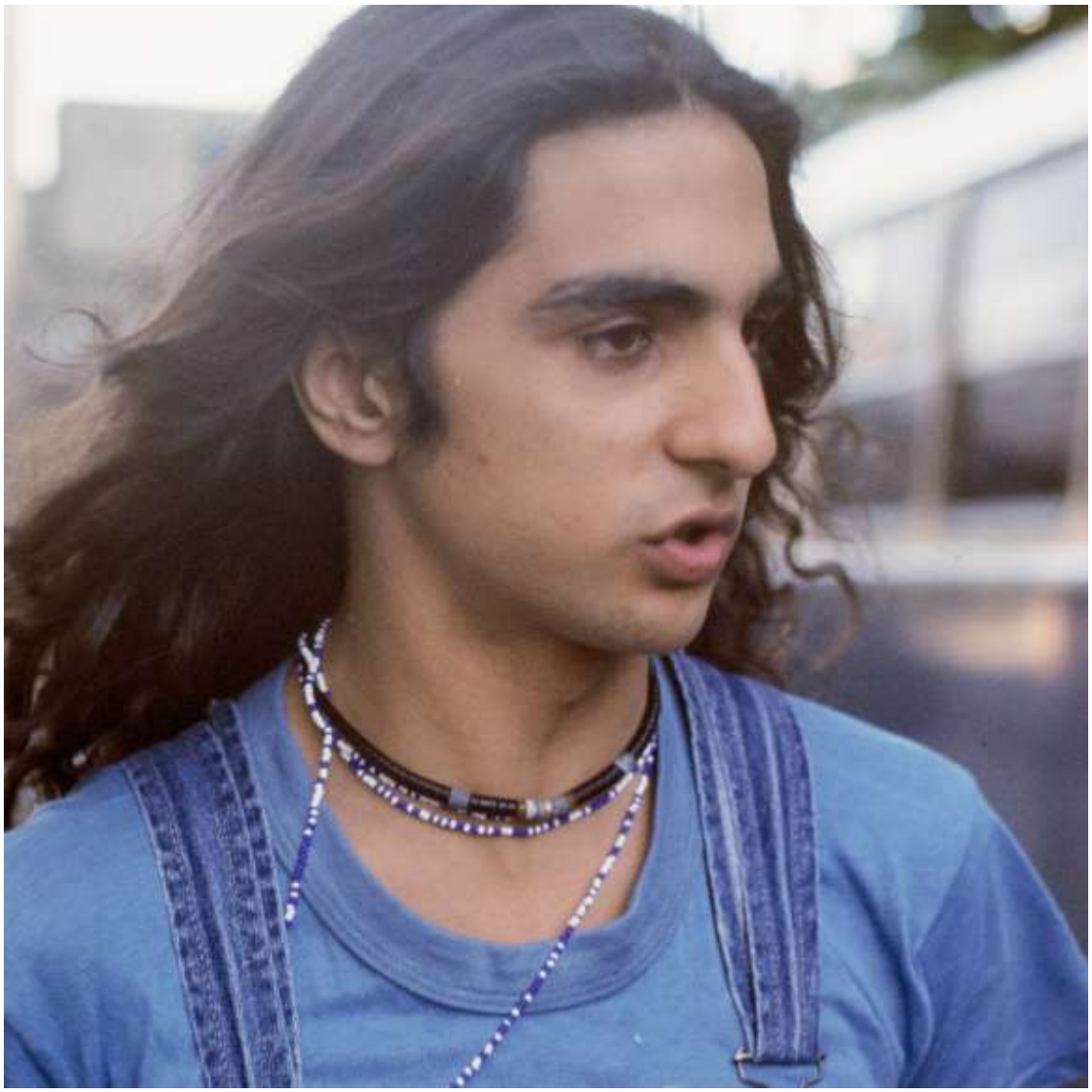
Esquire

Actualidad

Joan Manuel Serrat, sobre el día que conoció a Antonio Flores en los 90: “Charlamos, cantamos, bebimos, comimos y confraternizamos, no solo en el escenario”

El artista catalán es uno de los grandes nombres de nuestra música que rinden tributo al fallecido cantante en un emotivo reportaje orquestado nada menos que por su única hija, Alba Flores.

Por Jorge Coscarón Publicado: 16/07/2025



Los 95 años de un mito del cine como Clint Eastwood, la fiebre verde por los alimentos plant-based o el gran momento que vive el actor/escritor Maxi Iglesias son algunos de los muchos, muchísimos temas que te esperan en el número de julio-agosto de Esquire, inmejorable compañía para tus largas tardes de ocio estival. Pero si algo hace especial a esta edición de coleccionista, son sus tres portadas, que sirven como paraguas a una amplia y escogida selección de temas musicales. Puedes elegir tu favorita entre la que dedicamos a la resurrección de Miguel Bosé, a la consagración de Manuel Carrasco o al recuerdo de Antonio Flores.

Son treinta años ya los que han pasado desde que dijimos adiós al talentoso músico madrileño y hemos querido recordarle con un retrato personal e intransferible de uno de los grandes mitos del rock español. Para tejer este álbum de recuerdos musicales hemos contado con la inestimable colaboración de la hija de Antonio, Alba Flores, que durante meses han buceado en los archivos íntimos de la familia y entrevistado a grandes amigos del malogrado artista.

"Me dijo que fuera a la cabaña de El Lerele, pero no fui… me arrepentiré toda mi vida", nos contaba de forma muy emotiva Alejandro Sanz. Y otra leyenda como Miguel Ríos elegía quedarse con un breve momento compartido con él, calificándole como el "ser humano más hermoso, saludable y bello" que jamás había visto. A ellos hay que sumar a otro de los miembros de nuestro Olimpo musical que también ha querido poner su granito de arena para trazar su particular homenaje a Antonio Flores: Joan Manuel Serrat.



El gran poeta de la música española, que nació como todos sabemos en el Mediterráneo, era casi veinte años mayor que Antonio Flores, pero eso no impidió que mantuviera una relación muy cercana tanto con él como con La Faraona y el resto de sus hijos. Su estrecho vínculo lo recordaba este mismo año, y entre lágrimas, Lolita Flores durante un homenaje al artista catalán al relatar la advertencia de Serrat sobre su hermano tras la muerte de su madre.

"Con él aprendí las drogas que había que tocar y las que nunca había que tocar. Con él aprendí a saber hacer versos octosílabos y cuáles eran las palabras esdrújulas y las que no lo eran. Con él aprendí a que tenía que tener cuidado de mi hermano el día que murió mi madre, porque fue la primera llamada que yo recibí sentada en la escalera. Y me dijo: 'lo único que te digo es que tengas cuidado con él, porque no sé si él lo va a soportar'", aseguró entonces la cantante y actriz.



Fue tan solo un año antes de aquellas palabras, que por desgracia se demostrarían proféticas, cuando el noi del Poble-sec conoció personalmente a Antonio Flores. El encuentro tuvo lugar cuando Víctor Manuel y Ana Belén presentaron su trabajo Mucho más que dos, en 1994, y les invitaron a ambos, junto a otros artistas, a participar en un par de conciertos en el Palacio de Deportes de Gijón.

Fueron un par de inolvidables noches, con sus correspondientes días, en las que charlamos, cantamos, bebimos, comimos y, unos con otros, pudimos conocernos mejor, reconocernos mutuamente y confraternizar no solo en el escenario. Las paredes y los pasillos del hotel Príncipe de Asturias guardan cómplice memoria de aquellos días.

Melancólico al echar la vista atrás hacia aquellos recuerdos agridulces, Joan Manuel Serrat se lamenta durante nuestra entrevista con él del poco tiempo que pudo compartir con Antonio Flores.

Quién iba a imaginar entonces que mis pasos no iban a volver a cruzarse con los de aquel muchacho enjuto y moreno, de mirada triste y silencios largos al que solo pude conocer de refilón.

El cantante, que dejó constancia de su admiración por el fallecido artista participando en 2002 en el álbum homenaje Cosas tuyas, no quiso finalizar la conversación sin dedicarle unas conmovedoras palabras a su hija Alba. Unas palabras que hacen referencia también a Flores para Antonio, el documental original de Movistar Plus+ que dirigen Elena Molina e Isaki Lacuesta y que, de su mano, servirá con su estreno el próximo mes de octubre para honrar la memoria del gran músico.

Huérfana de por vida, ahora 30 años después, enfrenta la pérdida, recorriendo con él los caminos de la ausencia en una propuesta cinematográfica, difícil y liberadora, hilvanando retales, escarbando en el tiempo, rescatando la memoria hasta donde alcanzan los recuerdos. Recordar. Es volver a pasar por el corazón.

** Puedes encontrar el reportaje completo en el número de julio y agosto de 2025 de la revista Esquire*

Canarias7

El rodaje de Almodóvar forzará cortes en cuatro carreteras de la red insular

La filmación de 'Amarga Navidad' está previsto que tenga comienzo el 25 de julio, con final marcado para mediados del mes de agosto

CANARIAS7 Arrecife Miércoles, 16 de julio 2025



Cuatro carreteras de la red insular, bajo responsabilidad del Cabildo, tendrán el tráfico restringido a partir del viernes 5 de julio, a causa del rodaje de la película 'Amarga Navidad', el 24º largometraje con dirección de Pedro Almodóvar. A priori, según el permiso otorgado por el consejero Jacobo Medina, hasta el 15 de agosto serán frecuentes las interrupciones en la circulación en los cuatro trazados implicados, en el horario comprendido entre las 8.00 y las 22.00 horas.

De modo especial estarán afectadas las carreteras LZ-30 (Teguise-Uga), entre los kilómetros 9 y 20, dentro del municipio de Yaiza; y LZ-67 (La Santa-Yaiza), entre los kilómetros 14 y 17, en suelo sureño. Además, se prevén rodajes en zonas relacionadas con las vías LZ-56 (Mancha Blanca-La Geria), entre el kilómetro 3 y el kilómetro 4; y LZ-703 (Las Breñas-El Golfo), entre los kilómetros 6 a 8. De este modo, queda patente que buena parte de la gilmación de la segunda película con protagonismo especial para Lanzarote, tras 'Los abrazos rotos' en 2008, se centrarán en localizaciones del sur de la isla.

En los tramos en los que la circulación esté prohibida, los organizadores del rodaje dispondrán de personal propio en los puntos principales del itinerario para colaborar con las fuerzas de vigilancia, especialmente en los accesos laterales, intersecciones o caminos vecinales que afecten al tramo cerrado. Se espera contar con colaboración de agentes de las policías locales, así como de efectivos de la Guardia Civil.

Los organizadores del rodaje se han comprometido, una vez ultimada la actividad, a retirar de las vías afectadas y sus márgenes los residuos a que diera lugar la realización de su actividad.

Aeropuerto, Hospital

La filmación, en marcha desde junio en Madrid en su fase inicial, al margen de centrarse en paisajes sureños, se prevé que también tenga presencia en espacios ajenos a Yaiza. A priori hay previstas actuaciones específicas en alguna zona del aeropuerto de Guacimeta. Y también constan tramitaciones para trabajar en el Hospital Doctor José Molina Orosa.

'Amarga Navidad', según información facilitada semanas atrás a CANARIAS7 por la productora El Deseo, tiene como protagonistas centrales a Bárbara Lennie, Leonardo Sbaraglia, Aitana Sánchez-Gijón, Victoria Luengo, Patrick Criado, Milena Smit y Quim Gutiérrez. La cinta llegará a las salas, en 2026, gracias a Warner Bros. Pictures Spain. Cuenta con la colaboración de Movistar Plus+.

Está por ver si antes del estreno oficial podría darse una presentación en la isla, con mediación de los Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo.

Reabierta la LZ-409 entre Mozaga y El Peñón

En materia viaria, de otro lado, cabe añadir que de nuevo está disponible al tráfico la carretera LZ-409, que conecta Mozaga con El Peñón, tras haber estado parcialmente cerrada desde el pasado mes, debido a un accidente. El corte de la vía fue necesario tras el impacto de una guagua contra una vivienda situada junto a la rotonda de Mozaga, lo que provocó el derrumbe parcial del inmueble y generó un riesgo para la circulación, según Jacobo Medina, titular cabildicio de Obras Públicas.

Crítica de «Sirât. Trance en el desierto» (2025), La fiesta que duele. Por Laia Marsal Ferret



«Sirât» reclama algo con su silencio: que miremos bien dónde pisamos. Que la libertad no puede ser sobre el dolor de otros.

Un cuerpo que busca



Un hombre y un niño caminan con una foto arrugada. La buscan. No saben dónde está ella. El desierto no dice nada. Solo el viento y la arena que se cuelan en la piel. La cámara los sigue, sin descanso, como un animal silencioso. No hay palabras, solo pasos que pesan. El cuerpo que insiste en no rendirse. Eso es Sirât.

No es una historia de héroes. Es un cuerpo que se resiste al vacío. Un grito callado que no encuentra salida. La esperanza que se sostiene con miedo.

La fiesta es luz. Cuerpos moviéndose en la oscuridad, música que retumba en el pecho. Parece un refugio. Un lugar fuera del tiempo.

Pero la música es un velo. Un ruido que tapa algo que no quieren ver. Bailan, pero no sienten el suelo que se abre bajo ellos.

La rave es un espejismo. La libertad una mentira con sabor a polvo y peligro. La tierra está rota. Y ellos, bailando, parecen no darse cuenta.

Sirât no se olvida. Queda como polvo en la garganta, como un zumbido en los oídos después de que la música para.

Es una película que obliga a mirar sin parpadear: la fiesta, sí, pero también el desierto; el baile, pero también los muertos bajo la arena. No hay escapatoria.

No se trata de dejar de bailar, parece decirnos. Sino de hacerlo con los ojos abiertos, sabiendo dónde y con quién. Sabiendo que el suelo tiembla y que no todos tienen el mismo derecho a la fiesta.

Una película áspera y necesaria, como una piedra en el zapato. Un recordatorio de que la música no tapa todo. De que la herida sigue ahí, aunque los cuerpos sigan moviéndose.

Cuando el desierto enseña a ser humano

En Sirât el desierto parece más humano que la ciudad. Más hospitalario incluso. Aunque sea hostil, aunque esté lleno de minas y silencio, al menos es honesto. No promete nada, no disimula nada. Y en ese vacío, en esa amenaza, el padre y el hijo se vuelven más humanos.

En la ciudad, la gente está ocupada. Corriendo, gritando, bailando, comprando, tocando sin ver. La empatía se diluye porque las distracciones son muchas. Nadie tiene tiempo para mirar al otro con atención.

En cambio, en el desierto no hay nada que hacer más que estar. Cada paso es consciente. Cada mirada importa. Porque aquí un error cuesta la vida. Aquí no se finge: se sufre de verdad, se busca de verdad, se ama o se pierde de verdad.

Cuando alguien está a punto de morir, como los personajes en el campo de minas, algo se abre en su interior. De pronto todo se simplifica: ¿quién soy? ¿qué busco? ¿quién está a mi lado? No hay máscaras posibles cuando sabes que el siguiente paso podría ser el último.

La ciudad permite olvidarse de la muerte. El desierto la pone enfrente. Y en esa cercanía con el fin, la gente se vuelve más tierna, más sincera. Las manos ayudan porque saben que mañana quizá ya no estén. Los ojos miran mejor porque no hay tiempo para mirar mal.

Quizá por eso el desierto parece más humano: porque en él no hay espacio para la mentira. Solo queda la fragilidad. Y aceptar esa fragilidad es el principio de la empatía.

En Sirât la rave, con toda su música, sus luces y su euforia, es una mentira luminosa, mientras que el desierto, con su peligro y su silencio, es más honesto. Y es allí, cuando los protagonistas ya no tienen nada, cuando están a punto de perderlo todo, cuando por fin pueden mirarse y tocarse como seres humanos.

El desierto como memoria de "nostalgia de la luz" en "Sirât"

Hay algo en Sirât que dialoga, aunque en susurros, con el documental "Nostalgia de la luz (2010")" de Patricio Guzmán. No solo porque ambos filman el desierto, sino porque ambos entienden que esa extensión árida no está vacía, sino llena de memoria.

En la película de Guzmán, las mujeres buscan a sus muertos en el desierto de Atacama. Raspan la arena, hurgan en las piedras, saben que allí, bajo sus pies, está la verdad. En Sirât, el padre y el hijo también buscan en la arena, esta vez a la hija viva, o lo que quede de ella. En ambas historias, la tierra es un archivo: guarda cuerpos, guarda dolor, guarda historia.

Pero mientras en "Nostalgia de la luz" las mujeres peinan el desierto con amor y obstinación, aquí el desierto también está atravesado por la indiferencia de los otros: los que bailan, los que no miran dónde pisan, los que celebran sobre las heridas de quienes estuvieron antes.

Las minas en "Sirât" son hermanas de las fosas en "Nostalgia de la luz". Son cicatrices que no se ven a simple vista, pero que están ahí, dispuestas a explotar si las tocas.

Y en ambas producciones aparece esa misma paradoja: el desierto parece vacío, pero está más lleno que cualquier ciudad. En su silencio hay más humanidad que en la estridencia de las urbes. Porque allí no hay manera de escapar de la verdad: los cuerpos están, las ausencias pesan, el pasado respira en cada grano de arena.

Lo que hace “Sirât”, como antes hizo Nostalgia de la luz, es recordarnos que no existe el vacío. Que cada fiesta que creemos libre, cada paisaje que creemos limpio, cada tierra que creemos nuestra, ya está habitada por los que estuvieron antes. Y que mirar hacia otro lado,seguir bailando, ignorar los huesos bajo la arena,también es una forma de violencia.

Así, el desierto, en ambas películas, nos enseña algo que la ciudad olvida: que la memoria y la empatía viven donde no hay nada que las disimule. Que el silencio y la muerte son también parte de la fiesta, aunque no los quieras invitar.

Música y sonido «El latido debajo de la arena»

El sonido de «Sirât. Trance en el desierto» no es sólo música. Es una criatura. Se desliza al principio con cuidado, como un insecto que no quieres mirar demasiado de cerca: zumbidos electrónicos, bajos que se cuelan por debajo de la piel, un sonido metálico que parece venir de dentro de la cabeza. Kangding Ray compone como si conociera el secreto del desierto, como si hubiera escuchado los huesos que suenan cuando la arena los roza.

Las raves empiezan con una euforia hipnótica, casi inocente: la música baila en los cuerpos y uno cree que está vivo. Pero pronto el sonido cambia, se vuelve más áspero, más profundo, como si alguien hubiera girado una perilla equivocada y debajo de las notas empezara a escucharse algo que no debería estar ahí: el crujido de las minas, el llanto de la hermana perdida, un murmullo de advertencia.

El silencio también pesa. En los campos de minas no hay música, sólo el viento y la respiración de los personajes. Ese contraste, el bullicio y el silencio, la fiesta y el vacío, es quizás el verdadero protagonista de la película.



El desierto y las minas, una memoria bajo la arena

El desierto no habla, pero duele. La arena se mueve lenta, escondiendo lo que no se ve. Minas enterradas. Silencio explosivo.

Caminan sobre un terreno que podría romperse en cualquier momento. No es solo tierra: es historia, es violencia escondida bajo los pies.

Cada paso es un riesgo. La búsqueda no es solo por ella, sino para no desaparecer también ellos. Para que la memoria siga viva, aunque el mundo parezca querer borrarla.

El desierto guarda secretos que nadie quiere contar. Y la película los arrastra al aire, sin permiso, sin tregua.

La herida humana: muñones, pérdidas y silencios

En Sirât las heridas no se explican, se muestran. El muñón convertido en títere, esa pequeña crueldad, esa pequeña ternura, dice más que cualquier diálogo. La herida está ahí, delante, bailando para los demás.

Muere. y el mundo sigue, como si nada hubiera pasado. Es un dolor seco, sin nombre. Un hueco que se instala en la película y ya no se va.

Las pérdidas son así aquí: no grandiosas, no heroicas. Silenciosas. Insistentes. Un peso que se cuela por debajo de la música, entre la arena y el polvo.

La política invisible: libertad, violencia e indiferencia

En la rave creen ser libres. Creen que bailan en un espacio puro, sin reglas. Pero el suelo que pisan está lleno de minas. El desierto guarda la memoria de otros cuerpos que también desaparecieron.

Esa fiesta es también violencia. Una invasión disfrazada de música. Una indiferencia que se esconde detrás del ruido.

La película no hace discursos. Solo muestra. Cuerpos privilegiados bailando sobre heridas abiertas. Y tú, espectador, también estás ahí, mirando, sin saber si reír, si llorar, si parar.

Sirât reclama algo con su silencio: que miremos bien dónde pisamos. Que la libertad no puede ser sobre el dolor de otros.

El director, los actores, la producción: cuerpos reales detrás

Óliver Laxe dirige con las manos manchadas. Su cine nunca es limpio ni seguro, y aquí va todavía más lejos: dice que es su película “más política” y “más radical”, y se nota. Elige el riesgo. No suaviza nada. Se mete donde duele y mira sin pestañear.



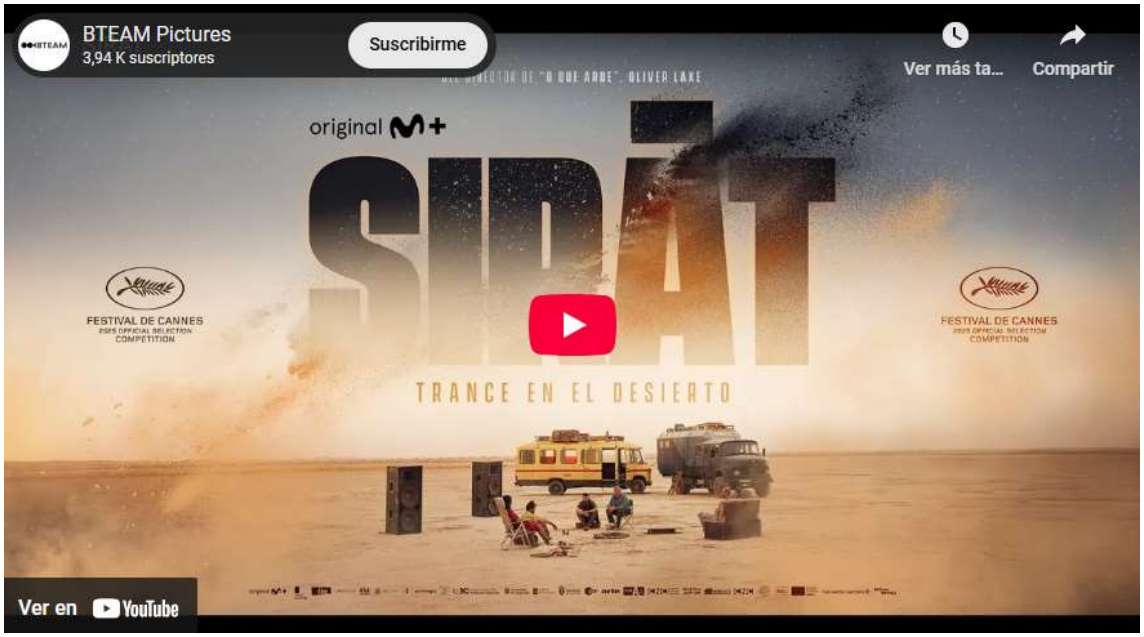
Los actores son casi todos no profesionales. Eso importa. Se nota en los gestos torpes, en las miradas sinceras, en el cansancio verdadero de los cuerpos. Sergi López y Bruno Núñez llevan la búsqueda con una dignidad rota. López, con ese rostro que ya parece cansado antes de empezar, como si supiera que no encontrará lo que busca. Y el niño, con la inocencia dura de quien todavía no entiende pero ya está atrapado.

En la rave, entre los raveros, hay 1.500, 2.000 cuerpos reales. Vinieron de verdad a una fiesta en medio del desierto y bailaron para la cámara como si no existiera. No están actuando: viven esa noche con el mismo abandono, con la misma violencia ligera que la película denuncia.

Y aparecen Jade Oukid y Stefania Gadda. Ellas pertenecen al lado de la rave: son las que brillan bajo las luces, las que parecen libres. Pero en sus miradas se adivina también el miedo. Richard Bellamyun, Tonin Javier, Joshua Liam Herderson completan ese pequeño ejército de raveros, cuerpos extranjeros en un desierto que no les pertenece.

La fotografía de Mauro Herce (premio Goya por «Lo que arde») parece hecha de polvo y sangre. La música de Kangding Ray es una amenaza disfrazada de placer. Y la producción, una colaboración entre España y Francia, con Movistar, El Deseo y otros, logra mantener ese equilibrio entre lo crudo y lo íntimo. No hay nada que huela a decorado. Nada que huela a mentira.

Los cuerpos en pantalla, y los que filman detrás, parecen atravesar la misma pregunta: ¿cuánto cuesta esta fiesta? ¿quién paga para que otros bailen? La música allí no es sólo ruido, es un intento desesperado de bailar por encima del abismo.



elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 13636 €
ÁREA: 735 CM² - 83%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6335
OTS: 73000
SECCIÓN: PORTADA

17 Julio, 2025



Zegona saca brillo a Vodafone: gana clientes después de diez años

Mejora ante una posible venta a Telefónica

Zegona proyecta la imagen comercial más atractiva de Vodafone España con vistas a su eventual venta a Telefónica. Sus resultados anuales constatan el primer crecimiento en clientes desde hace diez años, desde la integración del cablero ONO en 2014. El operador rojo también refleja en sus cuentas los costes de reestructuración de la deuda y de la reducción de la estructura laboral de su único activo. PÁG. 5

elEconomista.es

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,5
AVE: 13636 €
ÁREA: 735 CM² - 83%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 6335
OTS: 73000
SECCIÓN: PORTADA

17 Julio, 2025



Zegona saca brillo a Vodafone para su venta a Telefónica: gana clientes 10 años después

El 'operador rojo' recupera un vigor comercial desconocido desde la integración de Ono en 2014

La posible compra de la 'teleco' incluirá la cesión a Digi de clientes empresariales y de espectro

Antonio Lorenzo MADRID.

Zegona anunció ayer las cuentas de Vodafone España, operador de su propiedad desde hace un año, con unos resultados que *ponen guapa* a la compañía con vistas a una eventual venta a Telefónica, según explican las fuentes del mercado consultadas por *elEconomista.es*. Por lo pronto, el grupo de telecomunicaciones recupera el crecimiento en clientes diez años después de la digestión de Ono, compañía de cable adquirida en 2014. Desde entonces, el *operador rojo* no había registrado crecimientos anuales en usuarios. Pese a que en la referida comparación se han excluido los abonados migrados a su cliente mayorista Finetwork, Vodafone España presumió ayer de incrementos históricos en el número de accesos tanto en banda ancha como en clientes de contrato. De hecho, desde la integración en Zegona, la base de clientes de banda ancha ha sumado 36.000 altas netas, mientras que la de móvil de postpago ha crecido en 65.000 líneas. En concreto, el operador supera los 15,1 millones de accesos, de los que 12,5 millones corresponden a líneas móviles y 2,6 millones a líneas fijas. Ahora bien, incluidos los clientes transferidos el año pasado a Finetwork, el operador hubiera perdido medio millón de accesos.

Zegona considera que Vodafone España puede desempeñar un papel crucial en la ambición de Telefónica por crecer mediante compras en España y en Europa. Así lo ha reconocido en diversas ocasiones Marc Murtra, presidente del grupo Telefónica, pero sin desvelar el objetivo de su interés. El simple hecho de reconocer que Vodafone es el centro de sus miradas encarecería de inmediato la adquisición.

Valoración de la compañía

Desde la sede de Vodafone España hacen sus cuentas internas para cifrar su valor en el entorno de los 11.000 o 12.000 millones de euros. Esta cifra resulta actualmente muy alejada de las posibilidades de Telefónica, grupo que condiciona cualquier operación de crecimiento a la contención de sus niveles de deuda. De esa forma, cualquier salida de caja considerable de Telefónica estaría precedida de entrada de recursos. Las cábalas desde el Distrito de la Comunicación podrían ponderar eventuales ampliaciones de capital, con el respaldo del núcleo duro de sus accionistas (Sepi, Criteria y STC). En cualquier caso, Telefónica no moverá un dedo hacia ninguna dirección hasta desvelar la revisión estratégica en la que viene trabajando desde hace meses y que se espera conocer a lo largo del último trimestre del año.

Además, antes de realizar una posible oferta por Vodafone España, Telefónica asumirá dos grandes obstáculos. Por una parte, la integración del rival en su actual perímetro comprometería el equilibrio del mercado español de telecomunicaciones de empresas, con una posición de dominio que exigiría cesiones al resto de los grandes jugadores del sector, con Digi en la primera fila de los eventuales beneficiarios, tanto en espectro como en clientes empresariales. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) tendrá mucho trabajo en el supuesto de que Telefónica y Vodafone decidieran unir sus proyectos, una vez que se presumen severos problemas de competencia ante la hipotética suma de las frecuencias radioeléctricas de Telefónica y Vodafone España. El operador resultante coparía 40 MHz de un total de 60 MHz de las bandas de 700 MHz y 800 MHz. También sumaría 49,6 MHz de la banda de 900 MHz, de un total de 69,6 MHz; 80 MHz de un total de 149,6 MHz de la banda de 1.800 MHz; 70 MHz de un total de 140 MHz de la banda de 2.100 MHz; 120 MHz de un total de 220 MHz en la banda de 2.600 MHz; 190 MHz de un total de 380 MHz de 3.500 MHz.

> La 'teleco' ha digerido su ERE, el cierre de tiendas propias y los costes de refinanciación

Ante semejante reparto de fuerzas, Digi permanecerá expectante ante los efectos colaterales de una reducción en el número de jugadores. Y lo mismo sucederá con MasOrange, candidata a incrementar sus frecuencias en caso de la fusión de sus dos principales rivales.

El esfuerzo de Vodafone en su saneamiento financiero y operativo ha impactado en sus resultados. Así, Zegona ha reportado pérdidas de 439 millones de euros, debido al saneamiento emprendido el año pasado, mientras que los números rojos de Vodafone se situaron en 82 millones en los últimos diez meses. Eso incluye los costes extraordinarios del ERE que afectó a 898 trabajadores, el cierre de sus 34 tiendas propias y la refinanciación de la deuda, por importe de 1.290 millones de euros.

Pese a lo anterior, y desde el punto de vista financiero, la compañía reconoce haber consolidado la tendencia positiva de los últimos trimestres gracias "al plan de transformación, las medidas de eficiencia implantadas y una inversión más selectiva y orientada al cliente".

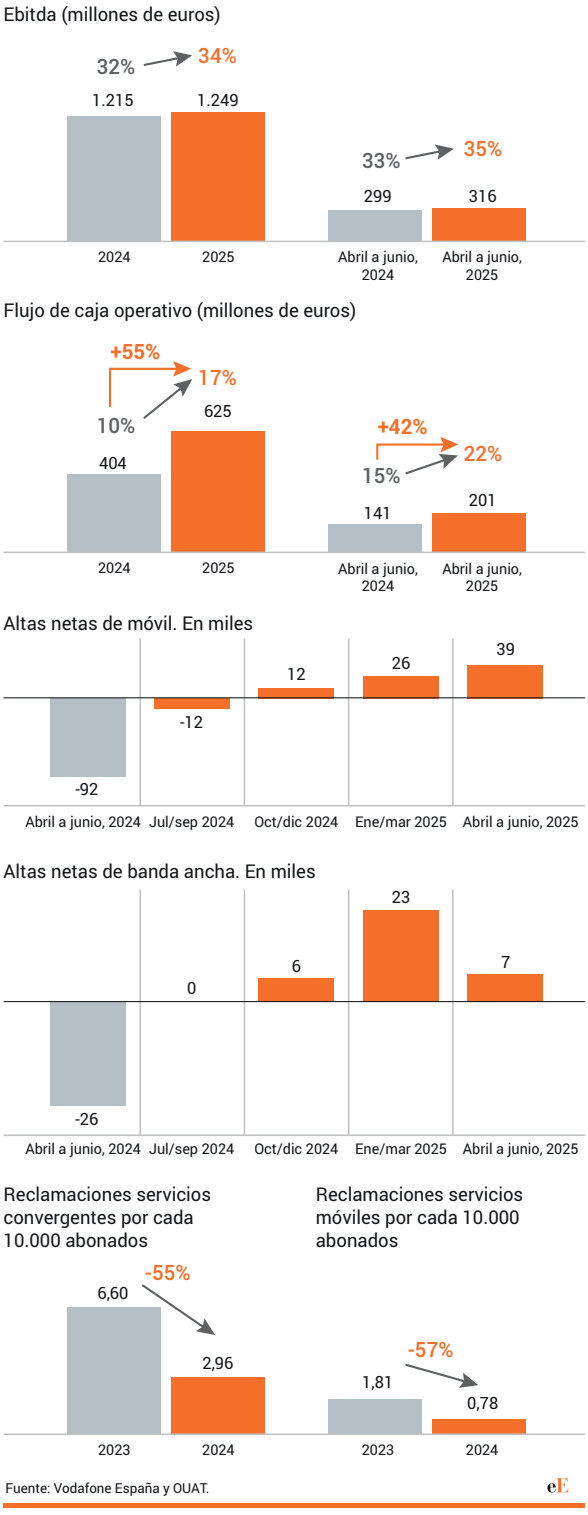
Menores ingresos anuales

Vodafone España ha ingresado 3.629 millones de euros en su último ejercicio fiscal, un 5,6% menos que los 3.846 millones del ejercicio cerrado en marzo de 2024. Esta cifra, según la compañía, está condicionada por la salida del perímetro del Grupo Vodafone y por cambios contables asociados a la nueva estructura. La *teleco* ha reportado un EBITDAaL de 1.249 millones de euros en el ejercicio fiscal 2025, un 2,7% más que los 1.215 millones de 2024, con un margen sobre ingresos del 34%, dos puntos porcentuales más que el ejercicio anterior. Esta última magnitud resulta de especial relevancia en la valoración de la compañía ante una potencial venta. En el primer trimestre del ejercicio 2026, la magnitud que proyecta la rentabilidad del negocio creció hasta los 316 millones de euros, con un margen del 35%, respecto a los 299 millones y frente a un 33% de margen del mismo periodo del año anterior.

> Zegona pierde 439 millones por extraordinarios e ingresa el 5,6% menos en 12 meses

A su vez, el flujo de caja operativo (EBITDAaL una vez descontada la inversión) de Vodafone España aumentó un 55% en el ejercicio fiscal, hasta los 625 millones de euros en el trimestre. Respecto al primer trimestre del ejercicio 2026, el flujo de caja operativo alcanzó 201 millones de euros, lo que supone un incremento del 42% frente al mismo periodo del año anterior, con un margen sobre ingresos del 22%.

Magnitudes contables del 'operador rojo'



Fuente: Vodafone España y OUAT.

ABC

PAÍS: España
PÁGINAS: 26-27
AVE: 35953 €
ÁREA: 948 CM² - 103%

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

17 Julio, 2025



La SEPI gasta 5.000 millones en entrar en firmas estratégicas en la era Sánchez

▸ El desembarco en Talgo con 75 millones es el último movimiento del holding público, tras Indra y Telefónica

ANTONIO RAMÍREZ/MARÍA JESÚS PÉREZ
MADRID

El Gobierno de Pedro Sánchez ha hecho de la SEPI –Sociedad Estatal de Participaciones Industriales– su instrumento para colonizar las empresas estratégicas españolas. Son ya más de 5.200 millones de euros los que el holding público ha movido desde que en 2020 el Ejecutivo le encomendara la gestión del Fondo de Apoyo a la Solvencia para Empresas Estratégicas (Fasee) para rescatar a compañías cuyo negocio se vio fuertemente afectado por el impacto de la pandemia del Covid 19. Y desde entonces el Ejecutivo ha tirado del organismo estatal que depende del Ministerio de Hacienda para satisfacer sus intereses en grandes compañías del Ibex 35, como Indra o Telefónica, en las que tras comprar una participación significativa, ha tomado el control del consejo de administración, e incluso nombrado a sus presidentes.

Pero no son los únicos ejemplos. El último de ellos es Talgo, en el que tras meses y meses de búsqueda de un caballero blanco que la salve de su crítica situación, la SEPI actuará de socio del consorcio vasco que va a comprar el 29,7% del fabricante de trenes, según confirmó el martes el propio lendakari, Imanol Pradales, tras reunirse con Pedro Sánchez.

No obstante, se trata de una operación inédita. La entidad pública que preside Belén Gualda facilitará a dicho conglomerado público-privado un préstamo participativo de 75 millones de euros convertibles en acciones para que puedan refinanciar la deuda de Talgo. Una fórmula que el holding liderado en última instancia por la vicepresidenta María Jesús Montero, al depender de Hacienda, utiliza normalmente para ayudar a las empresas que son 100% de su propiedad como ha sido el caso de Navantia, la naval del Estado que ya debe a su único accionista más de 2.000 millones de euros, pero nunca a empresas privadas, salvo la excepcionalidad de la pandemia, cuando había un marco europeo que lo permitía. Este instrumento, además, podría permitir a la SEPI –y por ende al Gobierno– tener un asiento en el consejo de administración.

El consorcio que lideran Sidenor y el Gobierno vasco, acompañados por BBK y la Fundación Vital, pedía al Estado en un primer momento 150 millones de euros, pero el Gobierno lo rechazó, precisamente porque desde Bruselas podría ser visto como una ayuda de Estado. Por lo que finalmente será el propio Ejecutivo vasco –junto a otras aportaciones privadas– quien ponga los otros 75 millones de euros para obtener el 'ok' de las 23 entidades financieras acreedoras de la deuda de Talgo. Estas exigieron garantías económicas para ello después de que Renfe le impusiera una multa de 116 millones de euros por los retrasos en las entregas de los trenes Avril. Es decir, que paradójicamente el dinero prestado por la SEPI servirá para cubrir el roto que deja la sanción igualmente impuesta desde una empresa pública dependiente del Ejecutivo.

Control de Indra

Ahora bien, los casos de Indra y Telefónica han sido diferentes. No han necesitado una ayuda urgente del Estado para su viabilidad futura pero al ser consideradas estratégicas, el Gobierno sí ha entrado en sus accionariados para tenerlas bajo su control. Así, tras destituir en 2021 a Fernando Abril-Martorell como presidente de Indra por Marc Murtra, un directivo más afín al PSOE y al PSC, el Gobierno decidió tener más presencia en la que se aventuraba como una de las empresas clave para su política de Tecnología, Defensa y Seguridad al calor del sector de moda en el mundo.

En febrero de 2022, la SEPI anunciaba que había recibido la autorización del Consejo de Ministros para elevar su participación en el capital de la firma tecnológica desde el 18,7% a un 28% –para lo que destinó 173,56 millones de euros–, lo que le permitía aumentar el número de representantes del Estado en el consejo, con tres dominicales, para contrarrestar la fortaleza de los independientes en el máximo órgano de gobierno de la compañía. Si bien, ahí empezaron los problemas precisamente, lo que derivó después en la salida de los consejeros que se oponían a los nuevos planes del Gobierno a través de Murtra y de la cúpula directiva de confianza de Abril-Martorell.



La presidenta de la SEPI, Belén Gualda // EP

El holding de Hacienda ha desembolsado 2.285 millones en tomar el 10% de Telefónica y 173,5 en elevar su dominio en Indra

El organismo usa dividendos de participadas y créditos del Estado para salir de compras

La SEPI, como holding público, posee participaciones en diversas empresas estratégicas como Telefónica, IAG, Redeia (antes Red Eléctrica), Indra y Airbus, entre otras. Estas empresas, a su vez, reparten dividendos a sus accionistas, incluyendo a la SEPI. Los dividendos que recibe la SEPI –en 2024 cobró por el total de sus participadas 1.700 millones– se reinvierten en nuevas adquisiciones o ampliaciones de capital en otras empresas, o se destinan a financiar proyectos estratégicos para el país. También obtiene ingresos derivados de la gestión de sus participaciones empresariales, incluyendo las privatizaciones y la venta de acciones y de inversiones realizadas con los fondos que gestiona. Y si no tiene suficiente, como con Telefónica, Hacienda pone créditos a su disposición.

ABC

PAÍS: España
PÁGINAS: 26-27
AVE: 35953 €
ÁREA: 948 CM² - 103%

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

17 Julio, 2025





Se antojaba pues urgente tener a personas de la total confianza de Sánchez al frente de la compañía, activo clave para el Gobierno puesto que es la principal suministradora de sistemas electrónicos para el sector español de Defensa. Un hecho que se extendió a los accionistas, con la posterior entrada del grupo de defensa guipuzcoano SAPA Placencia, controlado por la familia Aperribay, y de Escribano, reforzando el flanco afín al Gobierno en el consejo de Indra.

El caso de Indra está de alguna manera relacionado con el de Telefónica, hoy con Murtra en el sillón presidencial, lo que permitió que Ángel Escribano –con un 14,3% de la participación de Indra a través de la empresa familiar EM&E– se convirtiera a su vez en el presidente de la tecnológica.

Desembarco en Telefónica

El caso es que en marzo de 2024, el Estado lanzó su plan para desembarcar en Telefónica después de que la operadora saudí STC se convirtiese en el máximo accionista de la empresa de telecomunicaciones. La razón: defender la españolidad de la operadora a toda costa. Primero entró a través de la SEPI con un 3%, para paulatinamente ir creciendo hasta el 10% actual, invirtiendo unos 2.285 millones para lograr la ansiada paz accionarial. La nueva situación le sirvió al Gobierno para hacer cambios en la cúpula directiva de la compañía hasta incluso destituir al anterior presidente: José María Álvarez-Pallete.

El fondo de rescate

Con todo, el mayor de los desembolsos de la SEPI ha sido con el fondo de rescate para empresas estratégicas: 2.681 millones de euros. Aunque este es un dinero que debe ser reintegrado a la entidad pública. Hasta ahora ha logrado recuperar un 30% del total (811,4 millones), pero se avecinan años críticos en los que 22 compañías deberán devolver los 1.869 millones restantes.

De hecho, ya el holding público ha pactado con algunas firmas rescatadas una modificación del calendario de devoluciones como ha hecho con las aerolíneas Volotea y Air Nostrum. Pero el caso más flagrante es el de Duro Felguera con el que ya ha acordado dos veces un alargamiento de los plazos para la devolución del dinero. El último de ellos ha llegado tras entrar la industrial asturiana en preconcurso de acreedores. Una situación límite por la que incluso Duro Felguera pidió a la SEPI que capitalizase la ayuda de 120 millones de euros en acciones y tomara el control de la compañía. Un extremo que rechazó, pero que podría tener que terminar aplicando en otras firmas rescatadas si no consiguen enderezar el rumbo.

LA VANGUARDIA
Sociedad

Jaume Roures, sobre la denúncia de Mediapro: “Per no pagar-me el que em deuen es van inventar unes acusacions”

AGENCIAS 16/07/2025

ACN Barcelona - Una setmana després que es donés a conèixer la denúncia de Mediapro a Jaume Roures, per apropiació indeguda de les accions d'una companyia que formava part del grup, Versatil Cinema, Roures ha assegurat: “El primer que va denunciar a Mediapro vaig ser jo perquè no em paguen el que em deuen”. En aquest context, ha dit, en una entrevista a 'El món a RAC1' que per no pagar-li s'han “inventat unes acusacions” contra ell. Roures ha confessat que va deixar “molts diners” a Tatxo Benet pel tema del Museu de l'Art Prohibit, que finalment ha tancat les portes. “L'únic que se m'acut és que prepara el camí per tenir una excusa per no tornar-me'ls”.

“El primer que va denunciar a Mediapro vaig ser jo perquè no em paguen el que em deuen. A l'acord de sortida se m'havien de pagar unes quantitats que no es van pagar”. Roures ha dit que va recórrer “a l'arbitratge després de mesos de reclamar” i que no se li pagués. “Aquestes acusacions no van aparèixer fins que vaig reclamar que em paguessin el que em devien un any i mig després, vull dir que per no pagar-me es van inventar unes acusacions que estan acceptades a tràmit”.

“M'han denunciat un any i mig després de la meva sortida. Si tot era tan greu, ho haguessin pogut reclamar abans”, ha manifestat el fundador de Mediapro, que ha indicat que l'acord de sortida establia precisament que no tenen res a reclamar-li.

Així mateix, l'empresari atribueix aquesta denúncia a una excusa de l'actual direcció de Mediapro per desviar l'atenció de la seva baixada en la facturació i les dificultats amb alguns contractes, com és el cas del de la Lliga de futbol professional.

Tatxo Benet

Jaume Roures ha reflexionat sobre per què no li tornaven els diners que li devien que és “indiscutible”. En aquest context, Roures ha confessat que va deixar “molts diners” a Tatxo Benet pel tema del Museu de l'Art Prohibit, que finalment ha tancat les portes. “L'únic que se m'acut és que prepara el camí per tenir una excusa per no tornar-me'ls”.

Versatil

Roures ha explicat que Versatil era una societat que en el seu origen estava formada per accionistes de Mediapro, que “després va perdre la seva raó de ser pels canvis legislatius”. Ha recordat que fa anys va comprar les accions de la resta de socis per tenir una estructura més vinculada a la producció de ficció. La prova que és seva, ha

dit, és que quan es va desvincular de Mediapro va signar la sortida de 60 o 70 societats, i Versatil no era cap d'aquestes. Ha destacat que és ”100% seva”.

L'empresa de comunicació Mediapro va denunciar Jaume Roures, un dels seus fundadors, per apropiació indeguda de les accions d'una companyia que formava part del grup, Versatil Cinema. La demanda va ser acceptada a tràmit pel Jutjat d'Instrucció número 25 de Barcelona. La companyia hauria reclamat a Roures que li entregués la propietat de Versatil Cinema en considerar que és una de les seves filials. Roures va deixar de ser soci gestor de Mediapro després de 30 anys, l'octubre del 2023.

2Playbook

Los clubes de Liga F superan por primera vez los 50 millones de facturación por el 'push' comercial

El conjunto de la competición prácticamente ha triplicado sus ingresos en tres temporadas, en buena parte gracias al aumento del apoyo de los patrocinadores. El gasto en personal absorbió 40,65 millones en 2023-2024.



J. Izquierdo / M. Menchén 17 de julio de 2025

El fútbol femenino avanza firme hacia un modelo de negocio en el que los patrocinadores tienen más peso que la televisión. Los clubes de Liga F superaron los 50 millones de euros de facturación por primera vez en 2023-2024, una cifra que en la última campaña ya se habría acercado más bien hacia los 60 millones de euros, según ha podido saber 2Playbook. El crecimiento se produce sobre todo por el fuerte apoyo de las marcas, pues el negocio comercial ha pasado de copar el 40% de los ingresos hace cuatro años a prácticamente dos tercios de todo el negocio.

El fuerte avance de esta partida ha sido clave para que pudiese continuar aumentándose la inversión en plantilla sin que eso se traduzca en mayores pérdidas. Tras recortar el déficit presupuestario a la mitad en 2023-2023, los números rojos se mantuvieron estables en torno a los 10,6 millones

de euros en 2023-2024. De los 16 equipos participantes, seis lograron dar beneficios, cuatro de los cuales eran equipos independientes (Madrid CFF, UD Tenerife, Levante-Badalona y Sporting Huelva).

Un informe del Consejo Superior de Deportes (CSD), al que ha tenido acceso 2Playbook, indica que "el 70% de las pérdidas totales se concentraron en tan solo tres [equipos]", si bien esta es una cuestión que aún hoy está muy condicionada a la forma en cómo cada club imputa ingresos y gastos a su sección de fútbol femenino.

El principal foco de discrepancia se da en los ingresos, ya que hay clubes que sí han optado por asignar el valor específico de cada contrato a su equipo de Liga F y otros que, por ahora, sólo imputan los cobros de Liga F y poco más al negocio atribuible a la sección. De ahí que el CSD opte en esos casos por entender que se trata de ingresos exclusivamente comerciales.

La venta de patrocinios generó 28,47 millones de euros en 2023-2024, un 31,3% más respecto al ejercicio anterior y prácticamente el triple en comparación con la primera campaña como liga profesional. Algo más del 50% de este importe lo absorbe FC Barcelona y Real Madrid, con alrededor de 8 millones de euros cada uno, según datos extraídos de Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook.

Esa relevancia, especialmente del Barça Femenino, también la percibe el Gobierno. "Un solo club acumuló el 36,3% de los ingresos ordinarios totales de la competición; […] el equipo que menos ingresos ordinarios obtuvo apenas alcanzó el 2,1% de la cifra que presentó el que más generó". Tomando como referencia los 17,3 millones que facturaron las blaugranas, esto quiere decir que alguno de sus rivales reconoció apenas 363.000 euros de negocio ordinario, complementado con la parte de las subvenciones del CSD.

En cualquier caso, la aportación del área comercial está muy por encima de lo que generan las otras dos vías de ingresos importantes. La recaudación por taquilla y abonados subió a 6,1 millones de euros en 2023-2024, un 22,9% más interanual, en un contexto de inversiones por parte de los clubes de LaLiga por llevar algunos partidos a los estadios del equipo masculino y mejorar la experiencia en día de partido.

Por último, la televisión aportó 6,65 millones de euros, un 40,2% más, y con la previsión de que continúe creciendo gracias los acuerdos progresivos que en su día se firmaron con Dazn y Grup Mediapro. De hecho, está previsto que la asignación por este concepto ya supere los 8 millones de euros en 2025-2026.

También empieza a ganar peso las plusvalías por traspasos, que de un año a otro pasaron de poco más de 300.000 euros a más de tres millones de euros. Y a eso se añaden las distintas subvenciones que logran los clubes y donde destacan los 5 millones de euros anuales que el Gobierno comprometió para el ciclo de tres años que finalizó en 2024-2025.

El aumento de ingresos se ha traducido en un incremento casi equivalente de los gastos, muestra de los esfuerzos en mejorar las condiciones de las jugadoras. Esto se refleja especialmente en los gastos de personal, que ascendieron a 40,6 millones de euros y absorben el 65% de todos los gastos. Y, al igual que suben los ingresos por la venta de futbolistas, también lo hacen los esfuerzos por fichar talento, triplicando las amortizaciones por fichajes hasta 1,2 millones de euros. El resto de gastos de explotación subieron un 23%, hasta 21,2 millones.

PALCO23

COMPETICIONES

La Kings League se alía con un especialista en IA para optimizar su contenido

La competición de fútbol siete impulsada por el exfutbolista y empresario Gerard Piqué ha cerrado un acuerdo con WSC Sports en su apuesta por optimizar la creación de contenido audiovisual y escalar su alcance a nivel global.



La Kings League está presente en España, América, Brasil, Italia o Alemania, entre otros países.

Palco23
16 jul 2025 - 15:12

La Kings League busca mejorar su producto. La competición de fútbol siete impulsada por Gerard Piqué ha cerrado un acuerdo con WSC Sports, una plataforma especializada en automatización de contenido deportivo mediante IA, para optimizar la creación de contenido audiovisual y escalar su alcance a nivel global.

Entre las herramientas incluidas se encuentra el plan Essentials, que incorpora un sistema de gestión de contenido deportivo, automatización en tiempo real y distribución eficiente.

https://www.mundodeportivo.com/palco23/competiciones/la-kings-league-se-alia-con-un-especialista-en-ia-para-optimizar-su-contenido

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Esta tecnología permitirá a Kings League generar, editar y distribuir videos personalizados para cada plataforma digital, “adaptándose a los distintos públicos y tipos de contenido que consumen”, subrayan las partes en un comunicado. El objetivo pasa por “ofrecer una experiencia inmersiva, dinámica y pensada para los nuevos hábitos de los aficionados al deporte”.

Guillem Barquín, director global de video de la Kings League, ha asegurado que “WSC Sports nos da la velocidad, escalabilidad y libertad creativa que necesitamos para seguir creciendo y ofreciendo lo que nuestro público espera, en cualquier momento y en cualquier lugar”.

Por su parte, Daniel Shichman, CEO y cofundador de WSC Sports, ha afirmado que la “Kings League está redefiniendo cómo debe lucir el fútbol moderno” y ha admitido que “nos entusiasma acompañarlos con tecnología que potencia su visión y los impulsa a seguir innovando a escala global”.

> **La Kings League está presente en España, América, Brasil, Italia o Alemania, entre otros países**

La Kings League está llevando a cabo un plan de expansión pocas veces visto en el ecosistema del fútbol moderno. A finales de mayo, se alió con SURJ Sports Investment, la empresa de inversión deportiva propiedad del Fondo de Inversión Pública (PIF) saudí, para dar el salto a Oriente Próximo y lanzar Kings League MENA.

A finales de marzo, la competición de fútbol siete de Gerard Piqué amplió su red internacional, llegando a Alemania. Además, está presente en otros países como Italia o Brasil.

En lo referente al área de negocio, Kings Competition SLU, la compañía que opera la Kings League y la Queens League, cerró su primer ejercicio completo con un volumen de negocio de 20,54 millones de euros y un resultado neto de 355.915 euros.

https://www.mundodeportivo.com/palco23/competiciones/la-kings-league-se-alia-con-un-especialista-en-ia-para-optimizar-su-contenido

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El resultado neto de 2023 deriva de unos ingresos ordinarios de 20,54 millones de euros a los que se restan casi tres millones de euros derivados a los costes de personal; diecisiete millones de euros contabilizados como otros gastos de explotación , y unos 113.000 euros de amortización de inmovilizado. Además, se suman casi 21.000 euros correspondientes a gastos financieros.

https://www.mundodeportivo.com/palco23/competiciones/la-kings-league-se-alia-con-un-especialista-en-ia-para-optimizar-su-contenido

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

VARIETY

 Jul 15, 2025

NBCU Says Surge in Sports Ads Boosts Upfront Sales Haul

By Brian Steinberg



Courtesy of NBCU

People still want to watch sports on TV, and that means — at least for now — advertisers still need to spend on it.

NBCUniversal said Tuesday that its new 11-year deal for NBA rights resulted in a 15% increase in "upfront" ad commitments across its core broadcast offerings of news, sports and entertainment, with a quarter of its NBA sponsors new to traditional linear TV. The Comcast-backed media conglomerate also said it saw "record sales commitments overall," and "delivered its largest digital Upfront in history," though it offered no estimates on the amount of volume it secured. The value of its commitments across its media holdings is expected to be in excess of $7 billion — a total NBCU last made public in 2022.

In the "upfront," U.S. media companies vie to sell the bulk of their commercial inventory for their next cycle of programming, and there has been concern that tariff negotiations by the Trump White House might dampen Madison Avenue's appetite to spend on TV. Traditional TV companies are also contending with the rise

of digital giants such as YouTube, Netflix and Amazon's Prime Video, along with other one-time upstarts.

NBCU moved early this year to win ad support for a massive cache of sports inventory tied to 2026 telecasts of the Milan Cortina Olympics, Super Bowl LX and the FIFA World Cup. NBC was asking for $7 million for a 30-second spot in the Super Bowl, according to people familiar with the sales process, and is likely sold out of much of its inventory tied to the gridiron classic.

Many of the company's properties benefitted from the company's sports-heavy offering. NBCU said its Peacock streaming service saw a 20% increase in volume, and now represents "nearly 1/3 of NBCUniversal's total Upfront commitments." The Telemundo Spanish-language network also saw new levels of volume, NBCU said, with ad revenue committed to next year's Spanish-language World Cup telecast already exceeding the revenue for the previous World Cup with over 10 months until kickoff."

"The response has been extraordinary, and we are incredibly grateful for our partners' trust and collaboration," said Mark Marshall, chairman of NBCU's ad-sales and partnerships operations, in a prepared statement. "With a cross-platform strategy supercharged by cutting-edge technology, we're proud to engage 286 million people monthly — setting a new standard and delivering the most successful Upfront in our company's history."

The upfront sports marketplace has been particularly "aggressive," says one media buyer familiar with recent negotiations, with ad slots in many top events scheduled for the fourth quarter largely out of sale at many of the TV companies. This executive says demand was particularly intense for NFL inventory, with NBA interest heightened for digital games. The move from Warner to NBC, says this buyer, offers some complications, as advertisers may want to consider whether the new slates of games on broadcast will capture the bigger potential audience that tunes into the medium. This buyer suggested that most networks with NBA rights will likely have more inventory to sell, while media companies with NFL events — including Amazon's "Black Friday" game stream or Netflix's Christmas game — probably have less time on their hands.

Sports has been key to the ad-sales game so far this year. There is no other programming format that continues to dependably generate the large, simultaneous viewing audiences that advertisers and distributors crave. NBCU was likely able to use demand for its sports properties to generate sales and deals tied to other kinds of programming.

Indeed, the company revealed Tuesday that advertisers even contributed more money to the cable networks tied to Versant, the portion of NBCU that is expected to be spun off into a separate, publicly traded entity by Comcast later in 2025. The portfolio of networks tied to the new company, which include MSNBC, CNBC and USA, saw a nearly 10% increase "in clients investing in its brands," NBCU said. In

recent years, media companies have used cable properties, increasingly falling out of favor in the streaming era as more viewers stream dramas and comedies at times of their own choosing, as "sweeteners" in negotiations, giving favorable deals in order to secure better rates for sports and broadcast events.

Whether NBCU's performance is indicative of the industry as a whole remains to be seen. A good chunk of its new upfront wealth — NBCU said it saw a 45% increase in ad commitments tied to sports programming — may simply be the result of a transfer of dollars once earmarked for Warner Bros. Discovery's NBA schedule, which aired for years on TNT. Some portion of that money may also be coming from rivals that are more heavily dependent on cable.

NBCU disclosed that more of its advertising base is tied to new types of sales. The company said it saw an uptick in deals from small- and medium-sized advertisers that have typically not struck deals with media companies heavily reliant on national TV media. In the streaming era, these same companies can sell digital inventory that shows up in specific geographic regions or alongside viewers with specific interests or buying traits. Indeed, NBCU said nearly 60% of ad investments are being made against so-called "advanced audiences." The company said its programmatic business — ads that rely on algorithms to snatch up specific kinds of inventory tied to the type of viewers an advertiser seeks — came to $1 billion.

Top categories included retail, restaurants, auto, travel and financial services, NBCU said, each of which increased ad commitments by about 12%. Movie and TV studios also played a significant role in the sales process.

Executives on both sides of the table say media companies have been able to win increases in certain kinds of CPMs, a measure of how much it costs for an ad to reach 1,000 viewers — a metric that is central in these discussions between media companies and advertisers. Sports ads were generating what has been estimated to be CPMs in the high-single-digit percentage range, while CPM increase were projected to be the low-single-digit percentage range for commercials tied to traditional linear broadcast. Some of the uptick in linear CPMs isn't driven by a robust market, but by the fact that the networks have less traditional entertainment to sell and smaller audiences projected to watch what remains.

There have been some expectations that many of the media companies would agree to "rollbacks" in digital CPMs, owing to the introduction of massive amounts of streaming inventory from Amazon and Netflix, among other venues.

TV networks favor the upfront market because it allows them to build support for their programs well ahead of their debut. Still, the advertising bazaar has been tougher to navigate in recent years as more people gravitate to streaming video and other means of accessing their favorite programs, movies, news and sports events.

Ad commitments for the most recent cycle of primetime broadcast TV fell 3.5% in 2024's upfront market, to $9.34 billion, according to Media Dynamics Inc., while commitments for primetime on cable tumbled 4.8%, to $9.065 billion. Meanwhile, ad commitments to streaming video hubs rose a noticeable 35.3%, hiking to $11.1 billion from $8.2 billion in the previous market. The amount committed to streaming video for the most recent TV season was greater than that devoted to primetime broadcast or primetime cable — a first for the industry.

VARIETY

Jul 15, 2025

Endeavor Streaming, Which Powers UFC Fight Pass, Sold to European Provider Deltatre

By Todd Spangler



Chris Unger/Zuffa LLC

Deltatre, a European provider of streaming media solutions for sports, media and entertainment companies, clinched a deal to acquire Endeavor Streaming from Endeavor Group Holdings Inc.

Terms of the deal, announced Tuesday, weren't disclosed. The transaction is expected to close in the third quarter of 2025, subject to customary closing conditions. Endeavor was taken private earlier this year in a $25 billion deal with private-equity firm Silver Lake and is the parent company of representation giant WME Group. Endeavor Group Holdings owns 61.7% of the shares of TKO Group, parent of UFC and WWE.

Endeavor Streaming says it livestreams tens of thousands of major events annually including UFC fight cards and powers streaming services including WNBA League Pass, UFC Fight Pass, NWSL and the University of Texas' LHN.

Customers of Deltatre, based in Turin, Italy, include the BBC, Rogers, Bell Media, Danish Broadcasting, Mediacorp, beIN, CPL, UEFA, ATP, NFL, DFL, NHL, MLS, MLB and World Athletics. In 2022, Bain Capital and Nextalia SGR acquired Deltatre from Bruin Capital.

The companies said the combined Deltatre-Endeavor Streaming business will provide a "compelling and comprehensive range of digital experiences." The joint portfolio of clients includes Sky, the NBA, WWE, LIV Golf, ICC and World Rugby. With Endeavor Streaming, Deltatre will obtain expanded operational support across the U.S., Europe, the Middle East and Asia.

"Together, we are extremely well positioned to lead at every level of the industry – and this investment underscores our commitment to broadening the value we bring to existing and future clients," Deltatre CEO Andrea Marini said in announcing the deal. "Endeavor Streaming is a highly respected player in our industry and its offerings are a natural complement to our existing products and services."

Fred Santarpia, president of Endeavor Streaming, said his company "has established itself as a trusted partner to the world's largest sports and media companies, as they transition their businesses from linear-driven experiences into a direct-to-consumer driven future."

"With Deltatre, we look forward to delivering even greater opportunities to create value for our partners in growing audiences and revenue," said Santarpia.

Weil, Gotshal & Manges LLP is serving as legal adviser to Deltatre, and New Deal Advisors SpA is acting as financial adviser. Latham & Watkins LLP is serving as legal adviser to Endeavor Group Holdings and the Raine Group is acting as its financial adviser.

Cine&TelePRO

‘Superman’ vuela alto en taquilla, pero la cartelera sigue condenada al todo o nada

16 julio, 2025

La taquilla española encadena su tercera semana consecutiva por encima de los 6,5 millones de euros, esta vez con Superman liderando el ranking. Aun así, el patrón se repite: más de la mitad de la recaudación se concentra en los dos primeros puestos, mientras el resto de la cartelera queda prácticamente fuera de juego. Los grandes estrenos agotan su recorrido en pocos días y los títulos medianos o pequeños apenas logran hacerse notar. Por Fátima Jarmouni.

comscore

Top 20 Fin de semana

Datos: 11 - 13 Julio 2025

RANK	TÍTULO	TÍTULO ORIGINAL	DIST.	SEM	CINES	PANTALLAS	TOTAL (Gross)	+/-%	PROMEDIO CINE/Gross	PROMEDIO PANTALLA/Gross	TOTAL (Admisiones)	+/-%	PROMEDIO CINE/Adm	PROMEDIO PANTALLA/Adm	GROSS CUME	ADM CUME
1	Superman	Superman	Warner Bros	1	363	776	2.470.790 €		6.807 €	3.184 €	309.491		853	399	2.470.790 €	309.491
2	Jurassic World: El Renacer	Jurassic World Rebirth	Universal	2	350	520	1.991.127 €	-46%	5.689 €	3.829 €	259.359	-45%	741	499	10.137.644 €	1.410.831
3	Padre no hay mas que uno 5	Padre no hay mas que uno 5	Sony	3	381	463	965.839 €	-26%	2.535 €	2.086 €	135.997	-25%	357	294	7.816.071 €	1.176.796
4	Elio	Elio	Walt Disney	1	363	435	919.515 €		2.533 €	2.114 €	125.210		345	288	1.452.891 €	212.063
5	F1, la pelicula	F1 The Movie	Warner Bros	3	349	408	653.482 €	-40%	1.872 €	1.602 €	81.950	-39%	235	201	5.663.810 €	737.965
6	Como entrenar a tu dragon	How to Train Your Dragon	Universal	5	305	484	455.889 €	-36%	1.495 €	942 €	61.563	-36%	202	127	12.651.194 €	1.796.356
7	Lilo y Stitch	Lilo & Stitch	Walt Disney	8	264	371	252.450 €	-38%	956 €	680 €	34.322	-37%	130	93	23.531.694 €	3.643.339
8	28 años despues	28 Years Later	Sony	4	233	237	143.555 €	-50%	616 €	606 €	18.956	-49%	81	80	3.310.406 €	462.881
9	Sirat, trance en el desierto	Sirat	Bteam Pictures	6	102	120	73.808 €	-27%	724 €	615 €	9.834	-26%	96	82	2.173.342 €	326.786
10	Mision: Imposible. Sentencia Final	Mission: Impossible - The Final Reckoning	Paramount Int'l	8	89	89	51.753 €	-45%	581 €	581 €	6.100	-46%	69	69	6.117.742 €	874.096
11	Tres amigas	Trois amies	Aventura Cine	1	43	57	44.945 €		1.045 €	789 €	6.276		146	110	44.976 €	6.280
12	Diamanti	Diamanti	A Contracorriente	2	49	55	18.637 €	-54%	380 €	339 €	2.490	-56%	51	45	102.383 €	15.872
13	Acusacion, La	Pas de vague	Vercine	1	35	48	16.973 €		485 €	354 €	2.445		70	51	17.034 €	2.454
14	Mercancia mas preciosa, La	Plus Précieuse Des Marchandises, La	Bteam Pictures	1	46	69	14.033 €		305 €	203 €	2.038		44	30	14.051 €	2.041
15	Black Dog	Gou Zhen	Surtsey Films	2	28	38	12.480 €	-36%	446 €	328 €	1.863	-36%	67	49	52.110 €	8.557
16	KÖLN 75	KÖLN 75	SelectaVisión	1	34	39	9.966 €		293 €	256 €	1.481		44	38	10.071 €	1.511
17	M3GAN 2.0	M3GAN 2.0	Universal	3	40	40	8.742 €	-84%	219 €	219 €	1.207	-84%	30	30	376.861 €	54.844
18	Detective Conan: One-eyed Flashback	Detective Conan: Sekigan no Fiashback	Alfa Pictures	2	34	36	7.463 €	-76%	220 €	207 €	978	-76%	29	27	62.700 €	8.643
19	Trama fenicia, La	Phoenician Scheme, The	Universal	7	11	11	6.686 €	-50%	608 €	608 €	840	-51%	76	76	773.482 €	139.553
20	Una cena... y lo que surja	Et plus si affinités	Filmax	2	36	42	4.890 €	-77%	136 €	116 €	715	-77%	20	17	48.778 €	7.890
	TOTAL						8.123.024 €				1.063.115				76.828.029 €	11.198.249

La taquilla del fin de semana ha estado claramente dominada por un estreno de gran envergadura. Superman, la nueva versión del icónico superhéroe de DC, ha aterrizado con fuerza en el primer puesto al recaudar 2.470.790 euros en su primer fin de semana en salas. Con presencia en 363 cines y 776 pantallas, la cinta logra una excelente media de 6.807 euros por cine y 3.184 por pantalla, atrayendo a 309.491 espectadores. Se trata de un arranque muy sólido para Warner Bros.

En segunda posición se mantiene Jurassic World: El Renacer, que en su segunda semana cae un 46 % respecto al estreno, pero consigue sumar 1.991.127 euros, lo que le permite seguir superando ampliamente el umbral del millón. El filme de Universal tiene una media de 5.689 euros

por cine y 3.829 por pantalla. Con esta cifra, acumula ya más de 10,1 millones de euros y se posiciona como uno de los grandes éxitos comerciales del año.



Cierra el podio la española Padre no hay más que uno 5, que en su tercera semana cae un 26 %, recaudando 965.839 euros. La comedia familiar de Santiago Segura, distribuida por Sony Pictures, se proyecta en 381 cines y 463 pantallas, con medias de 2.535 euros por cine y 2.086 por pantalla. Supera así los 7,8 millones acumulados.

En cuarta posición entra otro estreno: Elio, la nueva propuesta animada de Pixar. Aunque llega con un despliegue considerable de 363 cines y 435 pantallas, sus cifras iniciales son más discretas que otros títulos del estudio, con 919.515 euros recaudados en el fin de semana. Las medias se sitúan en 2.533 euros por cine y 2.114 por pantalla, y congrega a 125.210 espectadores. Aunque no es un mal dato, no logra competir con los grandes estrenos del verano en términos de impacto.

Completa el Top 5 F1, la película, que en su tercera semana en cartel desciende un 40 %, hasta los 653.482 euros. El documental de Warner Bros. sobre el universo de la Fórmula 1 mantiene un rendimiento correcto, con una media de 1.872 euros por cine. Supera ya los 5,6 millones acumulados, un dato notable para una propuesta centrada en el ámbito deportivo y dirigida a un público muy específico.

Estrenos fuera del top 5



Tres amigas

Fuera del Top 5, los estrenos de la semana han tenido una presencia muy discreta, reflejando una vez más la dificultad del cine europeo e independiente para abrirse paso en una cartelera copada por grandes lanzamientos. El caso más destacado es el de Tres amigas, comedia romántica francesa de Emmanuel Mouret, que debuta en el puesto 11 con 44.945 euros recaudados en 43 cines. Su media por sala, 1.045 euros, roza el umbral aceptable para este tipo de propuestas, aunque su recorrido dependerá casi por completo del boca-oreja y del apoyo de salas especializadas.

Mucho más modesta es la entrada de La acusación, drama judicial también de producción francesa, que apenas alcanza los 16.973 euros en 35 cines, con una media de 485 euros. Tampoco ha conseguido entrar al top 20 La mercancía más preciosa, una animación de corte adulto firmada por Michel Hazanavicius, que se estrena con 14.033 euros en 46 cines. Su media por sala se queda en tan solo 305 euros, lo que refleja un interés muy bajo a pesar del prestigio del director. La coincidencia en cartel con el estreno de Elio y la poca tracción promocional han dificultado su visibilidad.

En una línea similar, el documental KÖLN 75, centrado en el concierto de Keith Jarrett, se estrena en 34 cines con una recaudación de 9.966 euros. Su media, de apenas 293 euros por cine, confirma que se trata de una propuesta extremadamente limitada en alcance, dirigida a un público muy concreto y sin apenas capacidad de expansión comercial.

Cine independiente

El cine independiente mantiene su presencia en el Top 20, pero lo hace, una vez más, con cifras que reflejan su fragilidad comercial en el contexto actual. Entre los títulos mejor posicionados se encuentra Sirat, trance en el desierto, que resiste en la novena posición con 73.808 euros en su sexta semana. La película de Óliver Laxe, distribuida por BTeam Pictures, se proyecta en 102 cines y alcanza una media de 724 euros por cine. Su acumulado asciende ya a más de 2,1 millones de euros, un dato excepcional para una propuesta de corte autoral, confirmando el interés sostenido que genera entre un público fiel al cine de calidad.



También logra mantenerse en cartel Black Dog, ganadora en la sección Un Certain Regard del Festival de Cannes. La cinta china, distribuida por Surtsey Films, se sitúa en el puesto 15 con 12.480 euros recaudados en 28 cines, con una media de 446 euros por sala. A pesar de su prestigio festivalero, sus cifras son discretas y apuntan a una distribución limitada y focalizada en cines muy concretos.

Diamanti, la última película del director ítalo-turco Ferzan Özpetek, suma 18.637 euros en su segunda semana, proyectándose en 49 cines. Con una media de 380 euros por sala, su paso por cartelera está siendo especialmente tímido, pese a tratarse de una propuesta coral con nombres conocidos en el ámbito del cine italiano. A Contracorriente sigue apostando por este tipo de cine europeo, aunque el público responde con moderación.

También desde Francia llega La acusación, que debuta esta semana con 16.973 euros en 35 cines, como ya señalamos en el bloque anterior. Su media, 485 euros por cine, confirma las dificultades del cine social europeo para generar impacto más allá de festivales o estrenos muy localizados.

A continuación se encuentra La mercancía más preciosa, película de animación también francesa, que no logra atraer al público familiar ni adulto, con apenas 14.033 euros en 46 cines. Su media, de 305 euros, es de las más bajas del Top 20, y deja claro que, a pesar del nombre de su director (Michel Hazanavicius), no ha conseguido hacerse hueco en la cartelera.

Completan el bloque de cine independiente títulos como KÖLN 75, con 9.966 euros en 34 cines y una media de 293 euros, o la francesa Una cena… y lo que surja, que cierra el ranking con 4.890 euros en 36 cines y una media testimonial de 136 euros.

A pesar de la diversidad de nacionalidades, géneros y estilos, el denominador común del cine independiente esta semana es su escasa rentabilidad. Solo un título supera los 70.000 euros —Sirat, que ya no es un estreno—, y ninguno de los nuevos lanzamientos independientes consigue acercarse siquiera a los 50.000. La sobreoferta de contenidos, la competencia con las majors y el bajo retorno por copia siguen afectando gravemente a este tipo de cine, cuya supervivencia depende cada vez más de circuitos especializados, eventos paralelos y festivales.

Análisis final

El dato general impresiona: 8,1 millones de euros en total (sobre todo porque llevamos tres semanas seguidas por encima de los 6,5 millones de euros). Pero en cuanto se rasca un poco, vuelve a aparecer el mismo patrón: más de la mitad de la recaudación está en manos de solo dos títulos, y fuera del Top 5 no hay recorrido para otros estrenos, ni margen para el crecimiento a medio plazo. Todo se concentra arriba, todo se quema rápido, y el resto de la cartelera ni existe.

Lo preocupante ya no es que pase —eso lo sabemos—, sino que se haya asumido como lo normal. La cartelera está organizada para que un blockbuster ocupe el máximo de pantallas durante unos días y desaparezca en cuanto llega otro.

Lo de Universal esta semana es un buen ejemplo. Jurassic World: El Renacer fue número uno hace solo una semana con más de 3,5 millones de euros, pero ahora cae un 46 %. No ha "ido mal", pero demuestra que ni siquiera los grandes éxitos mantienen un ciclo largo en cartelera. El desgaste es rápido, y el entusiasmo inicial parece agotarse en cuestión de días, incluso para franquicias con gran tirón comercial.

Por otro lado, hay películas que deberían tener un mayor alcance, como Elio. Con el sello Disney y estrenada en pleno verano, ni siquiera logra entrar en el podio. Su rendimiento es correcto, pero muy por debajo de lo que se esperaba para un título de este tipo, especialmente considerando que los niños ya están de vacaciones.

Fuera del Top 5, ninguna película nueva supera los 50000 € en su primer fin de semana. Tres amigas, La mercancía más preciosa, Black Dog… todas rondan medias por sala de 300–500 €, cifras que ni cubren gastos básicos.

RUBiK
AUDIOVISUAL

REPORTAJES

¿Qué es el booking en el cine y por qué es tan importante?

julio 16, 2025 por Admin

Cuando pensamos en la distribución cinematográfica, solemos imaginar a grandes estudios, tráilers espectaculares y campañas de marketing diseñadas para captar la atención del público. Pero entre la promoción de una película y su proyección en las salas de cine, existe un engranaje silencioso y fundamental en el proceso: el del booking. El booker es una figura, invisible para el gran público, que se erige como una de las claves para entender cómo, cuándo y dónde se estrena una película. Por Fer S. Carrascosa



'El jockey' (Caramel Films)

Para explicarlo de una manera sencilla, podría decirse que el booking es, en esencia, el proceso de reservar espacios en los cines para la exhibición de películas. Pero esta definición apenas roza la superficie de una dinámica que combina estrategia comercial, conocimiento del mercado local, capacidad de negociación y, en no pocos casos, grandes dosis de diplomacia.

Detrás de cada estreno hay un equipo que negocia directamente con los responsables de programación de los cines, tanto de grandes cadenas como de salas independientes, para asegurar que una película tenga la visibilidad y el número de pases suficientes, así como el acceso a la audiencia concreta a la que se dirige el filme.

Dentro de este intrincado proceso, cada negociación es un pequeño rompecabezas. Las decisiones no solo dependen de si un cine quiere proyectar la película, sino también de cuántas copias hay disponibles, en qué fechas estratégicas se busca colocarla, y cómo se reparten los porcentajes de taquilla entre el exhibidor y el distribuidor.



Sala en SADE Cines

De hecho, estos porcentajes son otra pieza clave del juego, ya que mientras una gran superproducción de Hollywood puede aspirar a llevarse un porcentaje alto de cada entrada vendida, a veces incluso más del 50%, especialmente durante las primeras semanas, una distribuidora independiente suele aceptar condiciones más ajustadas con tal de asegurar su presencia en la gran pantalla.

De este modo, el trabajo del técnico de booking debe ser conocer en profundidad tanto el catálogo que representa, como las dinámicas de programación de cada cine. Su papel también implica tomar decisiones basadas en datos, como el rendimiento de películas similares, o la afluencia histórica del público en ciertas zonas, pero a menudo, también en cultivar las relaciones humanas, ya que muchos acuerdos se cierran gracias a años de colaboración, confianza mutua y comprensión de las realidades particulares de cada una de las partes.

En este contexto, la figura del responsable de booking se convierte en un puente esencial entre la distribución y la exhibición cinematográfica. Su trabajo incide directamente en la visibilidad que tiene una película, especialmente en el caso de producciones pequeñas o medianas, y por tanto, en su éxito comercial.

Para arrojar más luz sobre su trabajo e importancia dentro de la industria cinematográfica, hemos conversado con profesionales en ambos extremos del proceso, desde responsables de distribuidoras, a programadores de cines. Todos ellos nos ofrecen una mirada valiosa sobre un eslabón esencial y muy desconocido.

***"El booker es la pieza clave para que una película llegue a un cine. Manda información, habla con el exhibidor y lucha para que finalmente se escoja tu película y no otra. No solo trabajas en una película cuando se estrena, también en su continuidad",* Bárbara Merino (Caramel Films)**

De este modo, y con la intención de conocer más de cerca el papel que juegan los técnicos de booking entre distribución y exhibición, así como el valor que aportan en la industria, desde RUBIK hemos querido contar con el testimonio de Iñaki Elorza, director de Sade Cines, una cadena de cines de carácter familiar y alojada en San Sebastián que este mismo año cumple el centenario de su apertura: "Es clave, ya que es el que establece la unión entre el espectador y el distribuidor. Es el que mejor conoce a su público y las películas".

A estas declaraciones se suman las de Bárbara Merino, directora de ventas de la distribuidora de cine independiente Caramel Films, que opina que los técnicos de booking son "la pieza clave para que una película llegue a un cine. Todo el proceso que lleva, lo hace un booker. Mandar información, hablar con el exhibidor y luchar para que finalmente se escoja tu película y no otra es la labor más importante".

"Una vez que se consigue, se envía la película para que empiecen a proyectarla. El valor es muy alto ya que no solo trabajas en una película cuando se estrena, también en su continuidad , ponerla en Casas de cultura, hablar de nuevas películas que va a traer la empresa", añade Merino.

También hemos querido conocer cuáles son las habilidades o cualidades que debe tener un buen técnico de booking para marcar la diferencia. Desde su experiencia personal, Bárbara Merino nos explica que "tiene que ser una persona que sepa vender muy bien. Tienes que convencer al exhibidor de que tu película es imprescindible, de que la ponga y de que apueste por ella. La diferencia de un buen booker es contestar a la gente rápido, hablar mucho por teléfono, estar siempre aportando noticias para que tus películas atraigan al exhibidor".

Por su parte, Iñaki Elorza nos proporciona el punto de vista del exhibidor: "Cada cine tiene sus particularidades y su línea editorial, y cada perfil de público busca la película correspondiente en su cine y no en otro. Es por eso que muchos espectadores, aunque no sepan mucho de la película que se estrena, si la estrenamos en un determinado cine que cuida al extremo esta línea editorial, saben que es una película cuya calidad está asegurada, y dan por hecho que les va a interesar. Por lo tanto, la eficiencia es darle a nuestro público lo que espera y en la sala y número de sesiones que entendemos necesario".

En este sentido, creemos importante saber cómo se llevan este tipo de negociaciones entre ambas partes, y cómo de decisivo es el trabajo del técnico de booking respecto al destino de una película en la cartelera. Iñaki Elorza asegura que "las relaciones en un 90% de los casos son positivas, y en otros casos hay problemas, no tanto por los estrenos, sino por la continuidad de las películas ya estrenadas".

Por otro lado, Bárbara Merino nos comenta que "más de una vez me han dicho que si ponen mi película es por lo testaruda y lo tenaz que soy a la hora de luchar por las producciones de Caramel. También ha habido otras ocasiones que han puesto la película porque confían en nuestro material y en mi criterio personal a la hora de saber si funciona esa película en un cine concreto o no".

"Probablemente mucha gente no sepa el análisis quirúrgico que se realiza para optimizar las sesiones según las películas, e intentar que todas y cada una de ellas se proyecten en la sesión y horario correcto", **Iñaki Elorza (Sade Cine)**

Pese a entender que la figura del técnico de booking es un elemento clave, hay algunos aspectos de su trabajo que pasan más desapercibidos y que pueden hacer que no goce del reconocimiento que merece. En este sentido se manifiesta Bárbara Merino, que opina que realmente "no es muy reconocida nuestra labor. Solo el que trabaja con nosotros sabe la labor fundamental que hacemos a la hora de que una película llegue a un cine. Un espectador normal, cuando va al cine no se pregunta cómo esa película ha llegado allí y por qué ha sido esa y no otra. Detrás de todo eso está un buen booker".

A esta misma cuestión ha querido responder Iñaki Elorza, quien tras años de experiencia, nos da su visión: "Creo que para las distribuidoras sí es una figura valorada, ya que en muchos casos, los estrenos dependen de que el técnico de booking apueste por la peli en cuestión o no. En el sector audiovisual global no tengo claro cuál es el valor. Imagino que habrá algunos que sí tienen mayor consideración respecto a otros. Los aspectos más desconocidos no los tengo claro, aunque entiendo que muchos desconocen los criterios que utilizamos tanto para los estrenos de las películas, como para sus continuidades. Probablemente muchos no sepan el análisis quirúrgico que se realiza para optimizar las sesiones según las películas, e intentar que todas y cada una de ellas se proyecten en la sesión y horario correcto".



Confeccionar una cartelera es un trabajo de muchos meses entre técnicos de booking y directores de programación. En la imagen, cartelera a principios de 2025 en Cines Lys.

Finalmente, realizamos una última cuestión acerca de cómo ha cambiado el papel de los técnicos en los últimos años. Para Iñaki Elorza, el cambio fundamental "se produjo con el paso al digital, ya que esto nos permite optimizar mucho más las sesiones y horarios de las películas".

En este sentido, Bárbara Merino apunta que su papel "ha cambiado mucho. Antes no había tantas películas a la semana, y todos los distribuidores ponían sus películas en los cines sin problemas. Ahora tienes que competir con quince películas semanales, la programación del fútbol, si se estrena en plataformas un producto potente, el tiempo climatológico y mil circunstancias más que hacen que sea difícil nuestra labor".

Con este artículo en RUBIK hemos querido poner en valor el trabajo del técnico de booking, una labor minuciosa y estratégica que influye de forma decisiva en el recorrido de una película desde su distribución, hasta su proyección en la gran pantalla. Un rol crucial para que las historias lleguen al público adecuado y en las condiciones idóneas. Reconocer y valorar su labor es, sin duda, un paso necesario para comprender la complejidad y riqueza del ecosistema cinematográfico actual.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 44
AVE: 30660 €
ÁREA: 302 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49152
OTS: 758000
SECCIÓN: CULTURA

17 Julio, 2025



Pepa Bueno presentará el telediario de la noche en La 1 de Televisión Española

La exdirectora de EL PAÍS sustituye a Marta Carazo al frente del mismo espacio informativo que lideró entre 2009 y 2012

QUINO PETIT
Madrid

Pepa Bueno se pondrá al frente del telediario nocturno de lunes a viernes en Televisión Española a partir de septiembre, según confirmó ayer TVE. Sustituirá así a Marta Carazo, que abandonó la corporación de medios públicos españoles semanas atrás para incorporarse a la Casa del Rey como nueva jefa de la Secretaría de la Reina Letizia. Bueno fue directora de EL PAÍS entre julio de 2021 y junio de 2025, cuando Jan Martínez Ahrens la sustituyó en el cargo. La periodista ya estuvo al frente del mismo espacio informativo nocturno de TVE entre 2009 y 2012.

Bueno (Badajoz, 62 años) es licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Comenzó su carrera en los servicios informativos de Radio Nacional de España en Extremadura y, posteriormente, fue jefa de informativos en RNE en Aragón y en Madrid. En 1991, se incorporó a TVE para dirigir el informativo regional, primero en Andalucía y luego en la capital de España. En septiembre de 1996 fue nombrada subdirectora del programa de actualidad *Gente,* y ocho años después se encargó de *Los desayunos de TVE,* compaginando su responsabilidad con diferentes participaciones en otros programas de la misma cadena.

En 2009, asumió la dirección y presentación de la segunda edición del Telediario de TVE hasta que en 2012 se incorporó al programa *Hoy por hoy* de la Cadena SER, manteniendo el liderazgo de audiencia durante toda su etapa al frente del mismo. En 2019 fue nombrada directora del informativo nocturno *Hora 25.* A lo largo de su trayectoria, ha ganado premios y reconocimientos como el Micrófono de Oro, el Premio Media Tenor al Mejor Telediario del Mundo, Premio Ondas, Premio Francisco Cerecedo de Periodismo, Premio de Periodismo Europeo Salvador de Madariaga, Premio Manu Leguineche de Periodismo Internacional y el Premio Agustín Merello de la Asociación de la Prensa de Cádiz.

El equipo de servicios informativos de RTVE, liderado por Maribel Sánchez-Maroto y con la dirección de Jon Ariztimuño, afrontará más cambios en la nueva temporada además del nuevo puesto de Bueno al frente del Telediario nocturno. Los directivos que llegaron tras la toma de posesión de José Pablo López como presidente de RTVE preparan también una nueva organización de los flujos de trabajo. Además de anunciar novedades en la programación de Radio Nacional, hechas públicas ayer en la sede de Torrespaña, López desgranó las directrices para los servicios informativos en sus comparecencias parlamentarias: "Reducir los tiempos en los procesos"; construir "una mesa central donde se bombean los productos informativos a toda la corporación y se unifica la toma de decisiones editoriales"; poner el Canal 24 horas "en el centro del flujo de noticias" y remodelar también Radio 5 Todo Noticias conforme "a las tendencias implantadas en los principales canales de actualidad internacionales"; reforzar la presencia en América Latina mediante alianzas "desde el sector público español, con la agencia Efe a la cabeza"; y avanzar en "una dirección territorial unificada que refuerce la presencia de la tele pública en todo el país".



Pepa Bueno, en la sede de EL PAÍS en 2022. CARLOS ROSILLO

El programa acabó la temporada pasada con un 10,9% de audiencia media

La periodista dejó la televisión pública para presentar 'Hoy por hoy' en la SER

Datos globales

El informativo nocturno que La 1 emite de lunes a viernes cerró la temporada pasada con Marta Carazo al frente en un 10,9% de audiencia media, según el balance elaborado por la consultora Barlovento. La hegemonía en este horario la mantuvo durante el mismo periodo Antena 3, con un 17,7% de media. Y Telecinco cerró en tercera posición, por detrás del telediario de TVE con un 8,5% de audiencia media. El mismo balance deja unos datos globales de todos los espacios informativos en televisión de lunes a domingo, entre la sobremesa y la noche, que sitúan en cabeza a Antena 3, con un 18,6% de audiencia media, seguida de Televisión Española, con un 11,2%; Telecinco, con un 9,5%; La Sexta, con un 8,3%; y Cuatro, con un 5,9%.

En una época de alta tensión política y una carga informativa incesante, los contendientes de la nueva temporada al frente de los telediarios de la noche competirán por una audiencia que durante los últimos años ha liderado Antena 3 a base de añadir análisis y comentarios a la información. En septiembre se verán las caras de nuevo en el horario previo al de máxima audiencia.

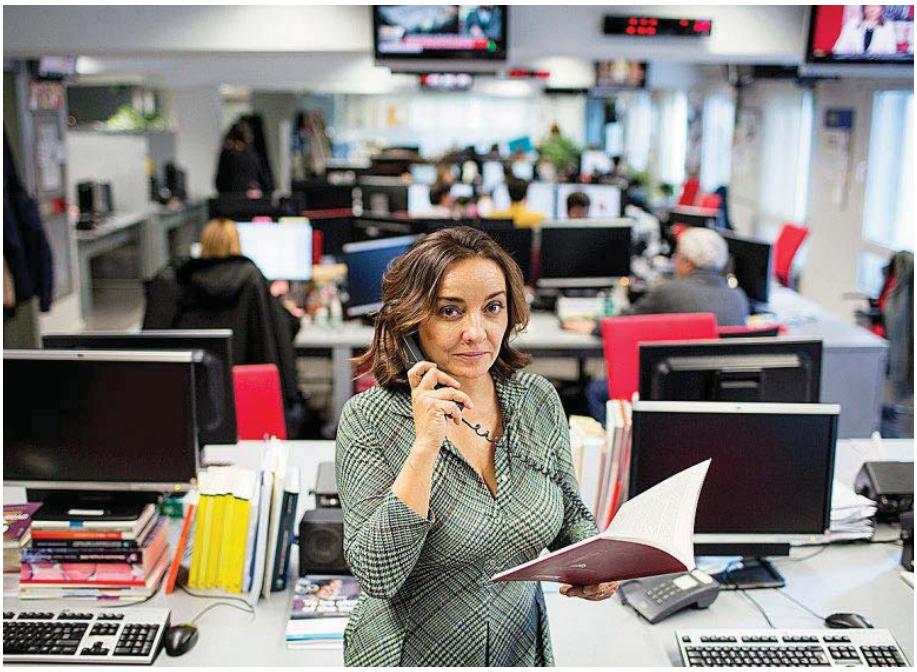
EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 21730 €
ÁREA: 216 CM² - 45%

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

17 Julio, 2025





La periodista Pepa Bueno regresa en septiembre a la que fue su primera casa, RTVE.

PEPA BUENO, DE 'EL PAÍS' A RTVE: NUEVA PRESENTADORA DEL TELEDIARIO 2 DE LA 1

Informativos. La que hasta hace un mes y medio fuera la directora de 'El País' y antes directora y presentadora de 'Hora 25' en la Ser regresará a partir de septiembre a la televisión pública en sustitución de Marta Carazo

*Por **Esther Mucientes** (Madrid). Fotografía de **Sergio Glez. Valero***

Hace poco menos de un mes saltaba la sorpresa en los servicios informativos de RTVE: Marta Carazo abandonaba la televisión pública y en pocas horas también el *Telediario 2*. La periodista, sustituta de Carlos Franganillo, había buscado una salida más que honrosa, jefa de la Secretaría de la Reina Letizia, después de semanas viendo los castings para los cambios que se van a producir. Hoy ya se sabe quién es su sustituta: Pepa Bueno, que se pondrá al frente de las noticias de la noche de La 1 a partir de septiembre, liderando los nuevos telediarios que la cadena pública desplegará para la nueva temporada.

A falta de la confirmación oficial de RTVE, el fichaje de Pepa Bueno es ya una realidad tras semanas de rumores sobre su llegada a la televisión pública. La que fuera hasta hace un mes y medio directora de *El País* –fue cesada por el presidente del Grupo Prisa, Joseph Oughourlian– ha sido la elegida tras los castings realizados las últimas semanas a profesionales de la casa y también de fuera.

De hecho, su nombre llevaba sonando en los mentideros televisivos desde hace varias semanas. Primero, sonaron rumores de que podría acompañar a Silvia Intxaurrondo en *La Hora de La 1*, algo que quedó descartado, pues se rompería el tándem de un profesional de la casa, ahora Marc Sala, y otro externo, Intxaurrondo. Después, los rumores saltaron a RNE, pues algunas fuentes aseguraban que podría ponerse al frente de *Los Desayunos de RNE*. Sin embargo, la ex directora de *El País* y antes presentadora y directora de *Hora 25* en la Cadena Ser no quería volver a la radio y, además, ya se había encontrado sustituto para Josep Cuní, Juan Ramón Lucas.

RTVE también planteó la posibilidad de que Marc Sala o Silvia Intxaurrondo pasasen a presentar el *Telediario 2*, pero también se descartó con lo que la opción para el fichaje de Pepa Bueno estaba clara desde hace unos días, según revelan fuentes de la Corporación Pública.

De esta manera, Pepa Bueno se convertirá en la imagen del nuevo cambio en los telediarios que RTVE prepara para el arranque de la temporada ya en septiembre. De hecho, la periodista se enfrentará a Vicente Vallés, presentador de las *Noticias 2* de Antena 3, el informativo, junto al de Sandra Golpe, en la misma cadena, más visto de la televisión; y a Carlos Franganillo, presentador de los *Informativos Noche* de Telecinco y director de los *Informativos* de Telecinco.

Tiene al frente un importante reto, pues Marta Carazo con el *Telediario 2* había conseguido situar a las *Noticias* de la noche en La 1 como la segunda opción para los espectadores con una cuota media de más del 12%. Pese al incremento de audiencias en los telediarios de RTVE, en la mente del presidente de la Corporación, José Pablo López, siempre estuvo transformarlos. De hecho, una de las primeras decisiones que tomó nada más ser elegido fue nombrar a Maribel Sánchez-Maroto como nueva directora de Contenidos Informativos de RTVE, y a Jon Ariztimuño, como nuevo director Informativos de TVE.

Pepa Bueno conoce bien la casa, pues comenzó su carrera en RNE y llegó a estar al frente la edición y presentación de la segunda edición del *Telediario* de TVE, hasta que en el año 2012 fue fichada por la Cadena Ser donde primero presentó *Hoy por Hoy* y después *Hora 25*, como directora y presentadora. Fue en 2021 cuando se convirtió en la segunda mujer en dirigir *El País*.

La productora de Iniesta produce formato de entrevistas para Mediaset junto a LACOproductora



'Mis raíces'

La productora española NSN (Never Say Never), cofundada por el futbolista Andrés Iniesta, produce para Mediaset España el formato de entrevistas 'Mis raíces', junto a LACOproductora (Grupo PRISA).

Programado para ser estrenado este jueves a través de Cuatro, el formato propone un viaje íntimo y emocional a los orígenes de figuras populares del mundo del arte, el deporte, la moda o la política.

Está presentado por Isabel Jiménez y cuenta con Blanca Romero como protagonista de su primera entrega.

Vanesa Martín, Dulceida, Palomo Spain, Ana Peleteiro, Marta Sánchez, Carlos Cuerpo y el propio Andrés Iniesta serán los protagonistas de las sucesivas entregas del programa.

NSN (Never Say Never) fue fundada en 2018 y está especializada en entretenimiento y marketing deportivo, con unidades de negocio que van desde la organización de eventos y la representación de talentos, hasta la participación en el ámbito del gaming, esports y la creación de contenidos.

En este apartado ha producido títulos como el show de cocina ‘Xef Marín’ para la plataforma EVA de 3CAT y ‘Bojan: más allá de la sonrisa’ para Rakuten TV.

LACOproductora fue lanzada en septiembre de 2018 por el exdirector general de La Sexta y exvicepresidente de Atresmedia José Miguel Contreras, junto a Jorge Pezzi.

Hace dos años y medio Prisa Media adquirió el 51% de las acciones de la compañía y durante el primer trimestre de este año aumentó su participación al 100%.

Es liderada por María Jesús Espinosa de los Monteros desde finales del año pasado.

Redacción Cveintiuno 16-07-2025

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 43
AVE: 38579 €
ÁREA: 555 CM² - 72%

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

17 Julio, 2025





Uno de los capítulos de la segunda temporada de Separación, la gran favorita para los Premios Emmy. APPLETV+

LA PARADOJA DE APPLE TV: APOSTAR POR EL ÉXITO DE SUS SERIES O AHONDAR EN LOS RECORTES

Plataformas. 'Separación' y 'The Studio' son las dos grandes triunfadoras de las nominaciones de los Emmy y se perfilan como las favoritas en drama y comedia. La plataforma había iniciado una política de contención del gasto ante las pérdidas

Por ***Pablo R. Roces*** *(Madrid)*

La nominaciones para los grandes premios vienen acompañadas siempre de visiones encontradas. Y las de los Premios Emmy no son menos. Sin miedo al error se puede decir que HBO Max ha batido su récord histórico con 142 candidaturas. También que Netflix, después del récord absoluto del pasado año, ha naufragado en sus aspiraciones para 2025 en la guerra de gigantes. O que Prime Video, con solo 12, se ha dado un batacazo inmenso. Pero, entre todas ellas, aparece un caso excepcional: AppleTV+

La plataforma de la tecnológica que dirige Tim Cook se encontró el martes con 81 nominaciones, con serias opciones de triunfar en las dos principales categorías –mejor drama y mejor comedia– y con dos de sus series dominando el número de candidaturas en esas dos categorías. *Separación* [*Severance* para quien la quiera nombrar por su título original] consiguió 27, cuatro más que *The White Lotus* entre los dramas. *The Studio* no tiene competencia entre las comedias con sus 23 opciones, igualando el récord de *The Bear.*

Hasta aquí nada debería resultar extraño. Salvo porque el éxito le ha llegado a AppleTV+ en un momento de reestructuración de su negocio de *streaming.* Según diversos informes, la plataforma la tienen contratada aproximadamente un 11% de hogares en Estados Unidos –Netflix supera el 50%–. Es decir, que su alcance es mínimo en comparación a otros competidores del sector. La consultora Nielsen reporta que la audiencia de AppleTV en un mes es la que genera en un solo día Netflix y que su servicio de *streaming* solo atrae el 0,2 %. Otro informe de *The Information* apunta que el servicio pierde unos mil millones de dólares al año, unos cinco mil desde su nacimiento hace cinco años, que no son una gran cantidad dentro de las cifras generales que maneja la tecnológica. Pero, hace ahora un año, medios económicos especializados como *Bloomberg* ya anunciaban que la empresa había empezado a aplicar un recorte de gastos en esta división para priorizar la rentabilidad.



Seth Rogen, en uno de los episodios de 'The Studio'. APPLETV+

El gran agujero para Apple está en las películas que ha ido produciendo en los últimos años. La comedia de acción *Argylle,* que dirigió Matthew Vaughn, contaba con un presupuesto de unos 200 millones de dólares y apenas consiguió obtener 96 millones en taquilla. *Los asesinos de la luna*, de Martin Scorsese, y *Napoleón*, de Ridley Scott, también superaron los 200 millones en costes de producción y promoción y no consiguieron cubrir con sus ganancias. Pero también hay series que se han disparado como *Masters of the Air,* que le ha supuesto un desembolso de 250 millones para la miniserie de la Segunda Guerra Mundial, y *Separación,* cuya segunda temporada contaba con un presupuesto de 200 millones de dólares, unos 20 millones por episodio, según la información de *The Telegraph*. Las estimaciones para *The Studio* no han trascendido, pero solo en un cásting infinito liderado por Seth Rogen y con apariciones puntuales de Martin Scorsese, Charlize Theron, Bryan Craston, Zac Efron..., el desembolso ha sido importante. Alejado de esa supuesta política de austeridad.

Pero ahora parece que, al menos en la temporada de premios, el éxito empieza a acercarse al catálogo de Apple, que nunca había recibido tantas nominaciones para los Emmy en una misma edición. Además, en las dos grandes categorías se presenta como la favorita para triunfar. En drama, *Separación* es el rival a batir por todos con sus 27 candidaturas y *The Studio* es quien aspira a hacer sombra a *Hacks* entre las comedias. Además la plataforma de la manzana es la única que ha conseguido colocar más de un título en esas dos categorías. *Slow Horses,* con su cuarta temporada, competirá en la categoría principal de drama y *Terapia sin filtro* lo hará también en la de comedia.

La estrategia en la que se ha embarcado la plataforma se parece, pese a que también tiene notables diferencias en el contexto, a la que ya aplicó HBO en su momento. Intentar construir un catálogo de prestigio, apostando por la producción original, dando espacio a grandes creadores... para intentar crecer a partir de ahí. Sin embargo, las cifras han ido jugando en su contra por el momento. Y el modelo que se ha ido imponiendo, al menos en cuanto a modelo de negocio, es el de Netflix con una implantación mucho mayor en Estados Unidos y también el resto de continentes.

La plataforma de la N roja, sin embargo, ha visto cómo este año sus opciones de triunfar en los Emmy se veían considerablemente reducidas con respecto al año anterior. Además, una de sus grandes apuestas, *El juego del calamar,* se ha quedado fuera de las nominaciones. En 2022, la serie surcoreana había conseguido dos estatuillas. Pero su temporada de cierre se ha quedado sin opciones de poder siquiera competir.

El servicio de 'streaming, según diversos informes, pierde mil millones de dólares al año

El drama psicológico ha recibido 27 nominaciones y la comedia de Seth Rogen suma otras 23

NBCUniversal Reaches $3.6 Million Settlement In Lawsuit Over Peacock Subscription Cancellations

In the lawsuit, Los Angeles County targeted the studio's failure to give users a simple cancellation method.

By Winston Cho July 16, 2025



NBCUniversal

NBCUniversal will pay $3.6 million to settle a lawsuit accusing it of failing to provide users an easy mechanism to cancel automatically renewing Peacock subscriptions.

As part of the deal, Peacock must give users a simple cancellation mechanisms to immediately halt all recurring charges and get their consent to convert auto-renewals and free trials to paid enrollments, among other things. The money from the settlement will go to Los Angeles County, which filed the lawsuit alongside the settlement on Wednesday, to enforce consumer protection laws.

The terms outlined in the agreement mirror rules that streaming platforms and other businesses would've had to implement if the FTC's "click to cancel" rule went into effect. Under the measure, businesses would've been barred from making it more difficult to cancel than it is to sign up. It was intended to eliminate drawn-out cancellation processes aimed at trapping users in unwanted subscriptions, though the initiative was struck down by a federal appeals court earlier this month.

A patchwork of state laws govern cancellation processes for users, with some regions carrying specific laws aimed at protecting users from predatory subscription practices. That includes California, New York, Georgia, Florida and Tennessee.

LA County, which filed the lawsuit alongside the settlement, alleged violations of a California law over automatically renewing subscriptions, as well as a law protecting consumers from deceptive billing practices. The complaint targeted NBCUniversal neglecting to give users a clear explanation of the price that would be charged after a free trial ends, among other things.

NBCUniversal didn't immediately respond to a request for comment.

VARIETY

 Jul 16, 2025

Spain and Colombia Unveil Historical Co-Production Treaty

By Anna Marie de la Fuente



Colombia's Minister of Culture, Yannai Kadamani. Courtesy of BAM

It's been a long time coming. Spain and Colombia, two territories offering some of the most enticing location incentives in their respective regions, have inked an historical co-production treaty.

Through this treaty, unveiled July 15 during the Bogota Audiovisual Market (BAM), producers from both countries will be joining forces, combining financial, technical and artistic resources to create joint audiovisual productions.

According to Diana Díaz, director of audiovisual, film & interactive media of Colombia's Ministry of Culture, it indeed marks the first time Colombia has signed a bilateral co-production agreement with Spain. However, both countries are also signatories of the Ibero-American co-production agreement, alongside several other participating nations, which has already spawned scores of joint productions between the two nations.

"The signing of the Colombia–Spain co-production agreement presents a strategic opportunity for producers in both countries to collaborate on stories that enrich the cultural catalogs of each nation, while expanding the reach and diversity of their audiovisual offerings. These shared narratives not only deepen cross-cultural dialogue but also tap into common creative ground – within a dynamic framework of rich, diverse storytelling," she told Variety.

In opening remarks given by the Colombian Minister of Culture Yannai Kadamani and Ignasi Camos, the director general of Spanish film institute, ICAA, both agreed on the importance of this new accord, given the growing prominence of their respective industries.

"We can reflect on the history of our relationship, but we can also envision and construct alternative forms of engagement more horizontal, reciprocal modes of interaction, as well as collaborative and equitable approaches to audiovisual creation. This is a form of creative expression that not only narrates our shared history but, ideally, also serves as a platform for projecting ourselves into the future. It is in this context that the significance of this signing becomes evident," said Kadamani.

"We share a Hispanic heritage, of course, but one that now engages in dialogue with Latin American, Indigenous and Afro-descendant currents – an evolving exchange that is increasingly understood as a form of mestizaje or, as some have called it, the cosmic race," she added.

Camos reminded the audience that there have been recent co-productions between the two countries, most notably Oscar-winning Fernando Trueba's "Memories of My Father" and "Rains Over Babel," which screened at Sundance and the Malaga Film Festival. The latter is by Gala del Sol, among Variety's list of 10 Colombian Directors to Watch.

"For us, the signing of this agreement also represents a strategic commitment to the Colombian audiovisual sector, which, like its Spanish counterpart, is undergoing a particularly fruitful period marked by creative vitality and the development of projects with international recognition and prestige," he noted.

In the panel that followed that included Diaz, Colombian producer Natalia Agudelo Campillo of Madlove Group who moderated, ICAA's Camilo Vazquez and Spanish producer Miguel Molina of Jaibo Films, Molina revealed that he was in the middle of a co-production with Colombia, the 3D animated feature titled "Desechable" directed by Colombia's Carlos Gomez Salamanca.

"It's been three years in development and what I'm most proud of is that Spanish institutions have supported this story – a story that is purely Colombian, directed by a Colombian filmmaker. The support we received from the Colombian Film Fund focused entirely on the strength of the story itself, not on who was behind it. We've

also received support from Spanish public television, the Valencian Institute of Culture, MEDIA support and many other Spanish institutions," he said.

"Once a Spanish-Colombian or Colombian-Spanish co-production is formalized and authorized by the Spanish side, it can be considered a national film in both countries and thus be eligible for support schemes available in the Republic of Colombia and, accordingly, in Spain. In this sense, we believe it's a significant step forward, because we're effectively playing on home ground. And that's why I believe we're making real progress in building a space with a lot of potential. Honestly, that's probably the most exciting part," said Vázquez, deputy director of promotion and international relations, ICAA.

No se trata de pasarse a formatos cortos, sino actualizar los géneros existentes, coincidieron ejecutivos colombianos en el BAM



BAM: Más que migrar a la producción de los formatos verticales que hoy son tendencia, los productores de series o telenovelas deberían incorporar elementos de éstos para realizar "un aporte al género desde los nuevos hábitos de consumo", afirmó Ángela Suárez, VP de originales de TIS, durante el Bogotá Audiovisual Market (BAM).

"La clave es hacer un aporte al género desde el hábito de consumo, desde la rapidez, sin caer en la tentación de la ligereza y de la superficialidad efímera. No nos queremos salir de nuestros formatos o telenovelas, pero eso no quiere decir cerrar la puerta a alimentarlos", dijo Suárez.

Ejemplos de estos "aportes" pueden ser la noción del consumo inmediato, los "enganches" antes de los 12 segundos para evitar que la audiencia cambie de contenido, la atención al algoritmo… pero estos elementos no deben desviar la atención del objetivo: perseguir la historia y los personajes "al costo que sea", en palabras de la ejecutiva.

"Hoy vemos que la gente también empieza a ser más exigente en cuanto a la calidad de los contenidos cortos. Definitivamente, es un tema de cómo nos adaptamos. Es la nueva realidad: las nuevas audiencias ya no se

quedan sentadas a ver tus series”, comentó a su vez Andrés Vargas, COO de Dynamo.

En ese sentido, Vargas destacó el ejemplo del influencer estadounidense Mr. Beast con ‘Beast Games’ para Amazon, programa originado de contenidos cortos emitidos en YouTube que luego migraron a un formato reality para streaming.

“Es algo que llegó para quedarse. Netflix ya está analizando producir formatos cortos. Vamos a convivir con eso y hay que también ser más creativos desde el contenido para capturar la atención de aquellos usuarios que a veces están mucho tiempo en la pantalla, pero que necesitan contenidos de otra naturaleza”, agregó.

Esto no sería un problema para los productores colombianos, a juzgar por la naturaleza de la televisión de ese país, que a causa de la competitividad interna siempre ha tenido una necesidad intrínseca de innovar y de mostrar a sus audiencias lo más contemporáneo.

“La televisión colombiana siempre ha estado en situación de competencia, a diferencia de México, Venezuela, Brasil, que siempre tuvieron monopolios. Eso siempre nos ha llevado a buscar personajes identificables con la realidad inmediata. Nuestra particularidad, es una sincronía directa con nuestro tiempo”, expresó Dago García, VP de Producción y Contenido de Caracol TV.

Redacción Cveintiuno 16-07-2025

VARIETY

 Jul 16, 2025

'Zama's' Lucrecia Martel on Netflix, AI and the Collapse of Planet Earth

By Anna Marie de la Fuente



Lucrecia Martel, Courtesy of BAM

In a Masterclass that filled a 600-seat auditorium at the Bogotá Audiovisual Market (BAM), Argentina's Lucrecia Martel ("La Cienaga," "Zama") stood for an hour, despite using a cane. "I look more like a shepherd angel than a filmmaker," she quipped, adding that she was in the middle of a shoot but couldn't resist BAM's invitation.

"There's something very interesting you're doing here in Colombia, which is placing a strong emphasis on training in the field of production and encouraging critical reflection on production itself. That's something we failed to do, and now we Argentinians are trying to make up for it in our work. It brings up something uncomfortable when we start talking about it – this idea of 'industry,' because it generates jobs, because there should be – or could be – public policies to support it," she asserted.

Checking her notes in a leather-bound book, she ticked off her myriad concerns: the environmental crisis, AI, the hegemony of streaming platforms, mobile phones, the rhetoric of Trump and the American far-right and insomnia.

"Look where we've ended up – with a planet that's one step away from collapse. I don't know if you're aware, but there's a part of this talk that's depressing. It's the first hour. Too bad it lasts a whole hour. The second hour was all joy—that's scheduled for next year," she teased.

"There are irreversible processes: the simulations, ocean acidification, the thawing of permafrost... It's like all the mammoths trapped in the ice are almost ready to reappear. And in the deepest trenches of the ocean, they're finding tiny creatures—like transparent cockroaches or just weird bugs—that already have microplastics inside them. We didn't even know they existed, and they already knew about us – through our microplastics," she lamented.

Expanding on the theme of the event, she mused: "Why do we make films? What is culture for? As soon as we start talking about culture, everyone suddenly sits up straighter, speaks more seriously, as if we've entered the realm of something sacred and essential. It becomes a solemn topic. So here's my theory about culture: Culture is an ecological form of warfare."

She cited Hollywood's explosive growth during wartime. "Up until then, it was European cinema that led production. But during the wars, the U.S. ramped up its output massively—and suddenly, the whole world became its market," she reflected.

"All the institutions that supported the war effort – including the media departments – had a vested interest in cinema, because film was the medium through which heroic values were transmitted. It helped construct the narrative that the "right side" of the world was the West, and that within the West, the United States held supremacy.

And they succeeded. And they did it with films that were – let's admit it – brilliant. 'Casablanca,' for example," she continued.

"So, when we talk about culture, let's not act like we're automatically the good guys. Culture isn't inherently good. It's only good if it's not trying to impose absolute dominance – whether it's traditional values or, let's say, non-binary, fluid, polyamorous values. If you aim to make any value system hegemonic, you end up in the same place: tiny cockroach-like creatures at the bottom of the ocean, with microplastics in their brains," she pointed out.

Adding to her worries about the current state of the global film industry, she noted: "We used to worry because six or seven major companies controlled theatrical distribution around the world. Getting a film released was nearly impossible. That used to be the big concern. But now we're down to just one—maybe two—countries, with a few platforms that are essentially producing and preserving the entire world's audiovisual output."

"And yes, I know—someone will say, "But wait, we have Netflix Latin America!"

I apologize in advance. I truly don't mean to offend anyone here. But I'd love to ask: Does Netflix Latin America actually respond to the interests of Latin America?"

"Because let's be honest: Netflix is a U.S. company. Naturally, they have their own vision, their own interests. Now someone will say, 'But what about 'Roma,' in black and white?"

Sure. Every now and then, you have to release a prisoner," she said slyly.

Reflecting on the advent of AI, she noted: "In recent years, we've been hit with this extraordinary phenomenon of artificial intelligence—with all its apps and tools—and what it's triggered is a brutal acceleration of time. And the feeling, at least in Argentina, is pretty clear: there's not a single conversation where this doesn't come up."

"It's the anxiety of becoming obsolete," she mused.

She also lamented the paucity of budgets in Latin America. "Poverty is the reality of our continent. It's not an exception—it's the condition," she pronounced, "We have to think about filmmaking from that place, not fantasize about something else."

She cited one exception in Colombia, Netflix's "One Hundred Years of Solitude." "Let's see how many more times that happens. Probably another hundred years before we see a budget like that again," she scoffed.

Ending on a positive note, she proposed: "Let's invent the future – with cinema, with literature, with theater, with whatever form – with the micro-stories on social media, or with the endless, eternal macro-stories of the platforms. Let's imagine a future where, a hundred years from now, things are at least a little better. And that work—that responsibility to invent the future—is not something you do while crying."

She also added that it was folly to depend on government handouts.

"As I said before – if culture means imposing ourselves on others, then it's not really culture. It's just war in a sweeter form. But it's still war. If what we truly want is to invent a future, then we have the possibility to do it."

BAM kicked off on July 14 and wraps on July 18.

Sky and ITV Renew Long-Standing Content Deal

ITV's biggest shows, such as 'Love Island' and 'Trigger Point,' will remain available across all Sky TV platforms in Britain.

By Lily Ford July 16, 2025



Maya Jama, host of 'Love Island' U.K. 'Love Island'/ITV

Sky and ITV have extended their long-standing partnership, meaning Love Island and I'm A Celebrity... Get Me Out of Here! will continue to sit alongside the likes of Sweetpea and The Day of the Jackal.

ITV's content and services will remain available across all Sky TV platforms in the U.K., so Sky Stream, Sky Glass and Sky Q viewers will retain access to the ITVX streaming service, as well as all of ITV's free-to-air linear channels, with the channels and ITV's on-demand content also available on the Sky Go app.

Sky Q customers will also continue to enjoy a choice between on-demand catch-up content avialble on their set-top boxes, alongside the ITVX app. Financial terms of the new carriage and content deal weren't disclosed.

Sky group chief operating officer Nick Herm said the renewed deal continues to deliver "long-term value" for both parties. "Whether it's live TV, streaming or on-demand straight from their box, we'll continue to bring our customers unmissable TV, all in one place," he commented.

Added ITV's chief operating officer and chief financial officer Chris Kennedy: "This is a key part of our continued commitment to deliver unmissable content to audiences, wherever and however they choose to watch."

Last month, Sky and ITV, alongside Channel 4, also confirmed their joint intent to launch a new advertising marketplace, offering small- and medium-size companies access to premium on-demand and streaming inventory across all three sales houses for the first time.

The collaboration, set to debut in 2026, represents a major development in television advertising, enabling new-to-TV advertisers a direct, simple way to access premium video content from the three portfolios.

The three broadcasters are also in discussions to simplify the purchase of addressable inventory for media agencies, which includes exploring the potential of a joint agency-facing solution, based on ITV's Planet V technology.

VARIETY

 Jul 16, 2025

Webtoon's Japan Dominance Fuels Ambitious Anime Adaptation Strategy: 'We're Bringing Fresh, New Content to Build Fandoms Alongside Established IP'

By Naman Ramachandran



Twenty anime projects. Partnerships with the studios behind "Dragon Ball" and "Demon Slayer." An international digital platform claiming the top revenue spot in Japan's competitive app market. Webtoon Entertainment isn't just adapting to the anime boom — it's engineering it.

The digital comics platform has revolutionized how the world reads comics through its mobile-native vertical scroll format, and now it's making an unprecedented push into anime production. With partnerships with industry titans like Aniplex and Toei Animation, Webtoon is positioning itself as a major player in an anime streaming market that Wall Street research firm Bernstein projects will reach $16 billion by 2030.

"Anime is more popular than ever," says Yongsoo Kim, chief strategy officer and head of global at Webtoon Entertainment, fresh from the company's debut at Anime Expo earlier this month. "There's a strong crossover between anime, webcomic and manga fandoms. We've long seen the potential for webcomics in anime, and have been slowly developing more anime in recent years."

The timing couldn't be better. Netflix recently shared that 50% of their members now watch anime, while streamers like Crunchyroll, Disney+ and Prime Video are all investing heavily to expand their anime libraries. Meanwhile, Webtoon's Japanese platform Line Manga ranked No. 1 in revenue across Japan's entire app market in Q1, claiming over half the webcomic market share in the country.

Webtoon's anime strategy builds on recent successes like "Viral Hit," "Tower of God" Season 2, "True Beauty" and "Senpai Is an Otokonoko." With plans to develop 20 anime projects this year, the company is currently working on high-profile collaborations including "Omniscient Reader's Viewpoint" with Aniplex and Crunchyroll, and "Gosu" with "Dragon Ball" and "One Piece" creators Toei. Just before Anime Expo, Webtoon unveiled anime adaptations for "Teenage Mercenary" and "Eleceed," both based on popular action webcomics.

The selection process is driven by fan engagement: when a series gains billions of views globally, the company knows there's appetite for adaptation. "'Teenage Mercenary' performed phenomenally on Line Manga, ranking as the No. 1 title in both 2023 and 2024," Kim notes. "Popularity, great storytelling and what fans love are always going to be important parts of how we decide which projects to adapt."

Rather than competing with established anime giants, Webtoon sees itself as expanding the ecosystem. "That's not how we think about developing new projects," Kim explains. "We're adding to this landscape, bringing in fresh, new content to build fandoms alongside established IP. Everyone loves 'One Piece.' So for us, it's more about delivering something fans can love, joining the incredible storytelling and franchises that have been foundational for anime."

Webtoon's competitive edge lies in its mobile-native format and global creator ecosystem. With 26 million creators releasing 124,000 new episodes daily, the platform has fostered what Kim calls "a unique pipeline of stories to adapt into any format, including anime." The vertical scroll format, originally designed for mobile consumption, translates surprisingly well to animation.

"Our content is naturally suited for anime adaptations," Kim says. "Our platform makes stories from all over the world more accessible than ever, and our vertical scroll format opens up new and unique visual storytelling opportunities on a continuous vertical digital canvas that translates perfectly into anime."

This mobile-first approach resonates particularly with Gen Z audiences, who are driving anime into mainstream pop culture. "Twenty years ago, anime was hard to find in the U.S. The fandom was niche. Today, that's completely changed," Kim

observes. "You see it on TikTok and across social media, it's in Fortnite, and the manga that inspired popular anime now dominate bookshelves all over the U.S."

Webtoon's success in Japan — historically manga's homeland — represents a significant achievement for the Los Angeles-headquartered company with Korean origins. Line Manga's dominance in the Japanese market demonstrates the platform's ability to win over traditional manga fans, a feat that required careful cultural navigation.

"Just like any market we enter, we have to prove ourselves," explains Sinbae Kim, chief growth officer of Line Digital Frontier. "We have to offer content people will enjoy, and deliver a platform experience that makes it easy for consumers to find and read our content. And we have to create a compelling opportunity for local creators in order to grow the ecosystem."

The company has invested strategically in Japan's creative ecosystem, including a partnership with Japanese webcomic and manga studio No. 9 Inc. earlier this year. "Ultimately, we want to work with partners that are passionate about creating great, high-quality content," Sinbae Kim notes. "We worked with Studio No. 9 to develop popular webcomics like 'Savior of Divine Blood' and 'I am the Strongest Transcendent,' which we've gone on to localize into different languages for fans all around the world."

Successfully reformatting traditional manga for digital consumption has been key to bridging cultural gaps. "Mobile devices are now where people consume most of their content, so it's a natural transition for some manga or comic art to move from print to digital," Sinbae Kim explains. "When reformatting stories to the vertical scroll format, we take great care to ensure that the story and its images flow naturally for a seamless and fluid reading experience."

Recent successes include digital adaptations of "Fullmetal Alchemist" and "From Old Country Bumpkin to Master Swordsman," which have attracted millions of views since their webcomic releases in May. "For a reader, they're still reading 'Fullmetal Alchemist,' it's just in a digital format now," Sinbae Kim notes.

The company's approach to multimedia adaptations is methodical. "We look for two important things when exploring adaptations and building new franchises: a great story and an existing audience," Sinbae Kim explains. "We have a massive library of truly unique stories from all over the world that come with millions of passionate fans. Having an existing, built-in audience is incredibly important in any entertainment business."

Anime represents just one facet of Webtoon's entertainment ambitions. The company has already adapted over 900 titles across the past decade, resulting in more than 100 streaming series and films, more than 200 books and over 70 games. "Helping fans enjoy more of what they love is a core part of our business," Yongsoo Kim explains. "And anime is just one part of our entertainment business."

Recent successes include Netflix adaptations like "Sweet Home" and "The 8 Show," demonstrating the platform's ability to generate IP across multiple formats. With Studio N in Korea and Webtoon Productions in Hollywood, the company is positioned to bring adaptations "in every format to all of our global regions," Kim says.

The platform's technology advantage extends beyond content creation. "We're continuously enhancing our AI recommendation models to personalize each reader's experience," Sinbae Kim notes. "We recently rolled out a significant product overhaul that makes it easier to find content tailored to your interests, which includes AI-powered personalized recommendations, animated trailer-style content previews and enhanced keyword-based search."

Looking ahead, Webtoon sees potential for the webcomic format to evolve beyond static images. "We believe the webcomic format could be enhanced with visual effects, sound and more – turning the experience into a more immersive format," Yongsoo Kim suggests.

At Anime Expo, Webtoon hosted the first-ever U.S. signing appearance by S.I.U. (Slave.In.Utero), the legendary creator of "Tower of God," whose webcomic was adapted into two seasons of anime. The event symbolized the platform's growing influence in the anime ecosystem and its message to the industry.

"The takeaway here is clear — Webtoon is creating new opportunities for manga creators in digital formats, helping fuel the boom in anime production and bringing digital manga to new fans around the world via mobile webcomics," Yongsoo Kim says.

As the anime market continues its explosive growth, Webtoon's bet on webcomic-to-anime adaptations represents a fundamental shift in how IP is developed and distributed. With billions of engaged readers, a global creator ecosystem and strategic partnerships with anime's biggest studios, the platform is well-positioned to shape the next phase of anime fandom.

"As webcomics become a growing source of IP for anime, more anime fans will look to Webtoon to see what stories will inspire the next hit anime," Yongsoo Kim says. In a market where fresh IP is increasingly valuable, Webtoon's 124,000 daily episodes might just be the content pipeline the anime industry needs.

Los Angeles Times

Voices

Mary McNamara
Television

Why the Emmys still matter in a time of turmoil



"Severance" led Emmy nominations Tuesday morning. Here's why the awards show still matters in trying times. (Jon Pack / Apple TV+)

By Mary McNamara July 15, 2025

The 77th Emmys nominations have been announced and given the state of just about everything, it's easy not to care.

Our president is dismantling large portions of the federal government and offering new tax breaks to folks like those portrayed behaving badly in "The White Lotus." Flash floods, a potential measles epidemic and ongoing bloody wars in Ukraine and the Middle East seem to echo the pre-apocalyptic drumbeats from "Paradise."

Masked federal ICE agents, who look like they could be part of the Federal Disaster Response Agency from "The Last of Us," roam the streets of Los Angeles, arresting people who might not have the right documentation and taking them to detention centers that appear to be right out of "The Handmaid's Tale."

Television itself is in a state of free fall, with streaming prices rising even as the number of new series sharply declines, and though “The Studio” makes it seem as if L.A. remains the geographic center of the entertainment business, the city’s increasingly empty soundstages and unemployed production workers tell another story.

So given that many Americans might very well agree to work for “Severance’s” sinister Lumon Industries if it guaranteed a decent paycheck and healthcare benefits, it seems impossible to gin up excitement about how many nominations HBO/Max, Netflix, Apple TV+ or any other entertainment conglomeration with an obscenely overpaid CEO received this year.

Except, you know, Jeff Hiller, whose amazing midlife breakout role as nakedly sincere Joel in “Somebody Somewhere” finally got the nomination it deserved. Or Jenny Slate, who deftly spun plates of hilarity, humanity and pathos in “Dying for Sex.” Stripped of his good looks and seductive accent, Colin Farrell still managed to mesmerize in “The Penguin,” which not only resuscitated an exhausted genre but took it to a new level of storytelling.

From its 15-year-old star to its risky single-shot direction and unsettlingly resonant themes, the limited series “Adolescence” was as close to perfection as a piece of television gets. Jean Smart (“Hacks”), Kathy Bates (“Matlock”) and Catherine O’Hara (“The Studio”) continue to prove the absurdity of Hollywood’s traditional sidelining of women over 40, while “Abbott Elementary” reminds us just how good a traditional broadcast comedy can be.

Artistic awards of any kind are inevitably absurd — how does one relatively small group of people decide what is “best” — and given the amount and diversity of television, the Emmys are more absurd than most.

According to Television Academy Chairman Cris Abrego, this was a record-breaking year in terms of voter turnout. Even so, it’s difficult to see categories dominated by one or two shows and not wonder how much TV the voting members managed to watch. If it were just a question of judging shows on submitted episodes, there would be no need for pricey FYC campaigns after all.

But the Emmys matter because television is art. And art matters. Even if it involves complaining about how ridiculous this year’s choices are, the nominations give us an opportunity to talk about art — what touched/impressed/moved/changed us, or not. What comforted us, disturbed us, made us laugh or look at things just a little differently and why.

That’s important, especially now when so much is in a constant state of upheaval, when everywhere we look people are questioning the future of democracy, civilization, the planet. Television can be used as an escape from “real life” — and heaven knows we could all use some of that — but it’s existence, and our appreciation of it, is very much part of that real life.

Art is a hallmark of civilization. It's proof that we have evolved beyond the basic instincts of survival, that we understand the necessity of stories, images and music, and that we encourage their creation and appreciate the existence of even those things we personally do not perceive as great or even good.

Even as Peak TV gives way to the age of contraction, television remains one of our most universally experienced art forms. At its most basic level, it's about curiosity — we watch television, whether it's "Slow Horses," "The Pitt" or "The Traitors" — to see what other people are up to, what they feel, say and do in a wide variety of circumstances and if we would feel, say or do something similar.

So yeah, the Emmys are not as important as ICE raids, flash floods, children dying of measles or the vanishing social safety net. When climate change has made the world so hot that the World Cup is under threat, it's easy to consider conversations about why "Squid Game" or the final season of "The Handmaid's Tale" received no major nominations, or how academy members could nominate Martin Short and not Steve Martin for "Only Murders in the Building," a complete waste of time.

Until you consider the alternative. Because the day we stop celebrating and arguing about art is the day we'll know the bastards have won.

Emmy Noms Analysis: Reading Between the Lines of Tuesday's Announcement

The Hollywood Reporter's executive editor of awards coverage weighs in.

By Scott Feinberg July 15, 2025



'Severance,' 'Adolescence' and 'The Penguin' Apple TV+; Courtesy of Netflix; Macall Polay/HBO

On one level, the biggest surprise about Tuesday morning's Emmy nominations was how unsurprising they were — indeed, my final pre-noms forecast correctly projected, of the eventual nominees for best series, seven of eight dramas, eight of eight comedies and five of five limited/anthology series. But when you put them under a microscope, I think they tell an interesting story about today's TV landscape.

HBO/HBO Max collected a platforms-leading and company-best 142 noms. Meanwhile, the biggest hauls for individual shows all traced back to Apple TV+ (which had its best year yet with 81 overall noms) and HBO/HBO Max, with the leaderboard topped by Apple's sophomore drama Severance (27, up from 14 for its prior season), HBO's limited series The Penguin (24), Apple's rookie comedy The Studio (23, matching the comedy series record set last year by FX's The Bear), the third installment of HBO's drama franchise The White Lotus (23, up from 20 for season one and matching the figure for season two) and the second season of HBO's drama The Last of Us (16, down from 24 for season one). Not far behind were Max's returning comedy Hacks (14) and rookie drama The Pitt (13).

And yet, in a sense, Netflix — which finished in second-place with 121 noms, led by Adolescence (13) and Monsters: The Lyle and Erik Menendez Story (11) — had as impressive a morning as anyone, landing at least one nom for 44 programs (next-best was HBO/HBO Max with 23 nominated programs) across 69 categories (bested only by HBO/HBO Max's 73).

What does that tell us? Like everyone else, the roughly 24,000 TV Academy members have limited bandwidth. They check out the buzzy shows that everyone is talking about (with the exception of Taylor Sheridan's, which were yet again totally ignored), wherever they may be. But, beyond that, it seems that their reflexive move is to check out what's on Netflix. It's not that Netflix's shows are consistently stronger than other platforms' shows — they aren't. And Netflix didn't get noms for every show that it was pushing — see the underperformance of Squid Game and Everybody's Live With John Mulaney. But Netflix simply has more — and a wider variety of — offerings than anyone else. And yes, also devotes more personnel and resources to campaigning than anyone else.

As a result, it seems to me, wherever a category's presumptive final slot was up for grabs, it broke for Netflix — see: acting noms for The Residence (Uzo Aduba), which has already been canceled; Sirens (Meghann Fahy), which is pure popcorn; anthology series Black Mirror (Rashida Jones); and the critically polarizing The Four Seasons (Colman Domingo). These ran up the streamers' numbers, as did strong showings in variety (Beyoncé Bowl, Conan O'Brien: The Kennedy Center Mark Twain Prize for American Humor and stand-up specials from Ali Wong, Sarah Silverman and Adam Sandler), nonfiction (Will & Harper, Martha, The Remarkable Life of Ibelin, Our Oceans, Chef's Table and Simone Biles Rising) and below-the-line categories (Bridgerton, Cobra Kai and Emily in Paris).

One platform that punched above its weight was Hulu/FX on Hulu, which certainly didn't have as great a morning as it had a year ago, but still landed at least one nominee in each of the top three program categories: best drama (Paradise, for which Sterling K. Brown, James Marsden and Julianne Nicholson also landed far-from-assured noms), best comedy (The Bear and What We Do in the Shadows) and best limited/anthology (Dying for Sex). The only other platforms that can say the same: HBO/HBO Max (The Last of Us, The Pitt and The White Lotus for drama, Hacks for comedy and The Penguin for limited/anthology) and Netflix (The Diplomat for drama, Nobody Wants This for comedy and Adolescence, Black Mirror and Monsters: The Lyle and Erik Menendez Story for limited/anthology).

The broadcast networks — CBS, NBC, ABC, Fox and PBS — had far less cause for celebration, given that they landed only one series nom (ABC's Abbott Elementary for best comedy) and only five acting noms (Kathy Bates for CBS' Matlock; Bowen Yang for NBC's Saturday Night Live; and Quinta Brunson, Janelle James and Sheryl Lee Ralph for Abbott Elementary). And for the first time in recent memory, not a single host of SNL was nominated in the comedy guest acting categories.

However, a so-so haul for SNL's 50th season — seven noms — was boosted to an SNL season-record 31 if one also counts its noms for SNL50: The Anniversary Special (12), SNL50: The Homecoming Concert (six), SNL50: Beyond Saturday Night Live (three), Ladies & Gentlemen … 50 Years of SNL Music (two) and SNL 50th The Anniversary Special: Immersive Experience (one). And the networks did claim two of the three talk series slots, for ABC's Jimmy Kimmel Live! and CBS' The Late Show With Stephen Colbert (which are both underdogs to the defending champion, Comedy Central's The Daily Show).

But if they are going to continue to take turns broadcasting the Emmys, then, as I have been saying for years, they really ought to insist of having separate categories for their programming, or else all they are doing is promoting their edgier competition and putting themselves out of business.

In any event, I suppose I was most surprised by the underperformance of Apple's rookie drama Your Friends & Neighbors (not even a mention for TV Academy favorite Jon Hamm, and just a single nom, for its title theme music?); the overperformance of Apple's limited/anthology Presumed Innocent (which rolled out a full year ago, but still scored noms for not just Jake Gyllenhaal and Peter Sarsgaard, as I expected, but also Bill Camp and Ruth Negga); the fact that Hulu's The Handmaid's Tale, which won best drama for its first season, ended its run with just one nom, for guest acting; and the out-of-nowhere best comedy supporting actor nom for Jeff Hiller for the final season of HBO's Somebody Somewhere.

I was pleasantly surprised to see noms for Brian Tyree Henry (best limited/anthology actor for Apple's Dope Thief) and Sharon Horgan (best drama actress for Apple's Bad Sisters), and bummed by the misses of Patrick Ball (best drama supporting actor for The Pitt), Chase Sui Wonders (best comedy supporting actress for The Studio) and Diego Luna (best drama actor for Andor), each of whom were eminently worthy. Alas, no one gets everything they hope for.

Phase two of the Emmy season has officially arrived, and the next month or so, leading up to the Aug. 18-27 window for final voting, is going to be a mad dash to the finish, given that many of the highest-profile categories are still up for grabs. In the best comedy race, can one of two past winners, The Bear or Hacks, hold off one of two popular rookies, The Studio and Nobody Wants This? Which of the eight nominees for best drama — none of which have won that award before, but which include fan favorites The Pitt, Severance and The White Lotus — will prevail? And can anything stop Adolescence in the limited/anthology race, or does Netflix have a third consecutive juggernaut, after Beef and Baby Reindeer, on its hands?

Only time will tell. Let the games begin (again)!

Emmys: HBO and Max Score Most Nominations, Apple Takes a Big Bite

With a lot of help from 'The Penguin' and 'The White Lotus,' HBO and its sibling streamer earned a record high number of nods for the two platforms.

By Rick Porter July 15, 2025



Colin Farrell in 'The Penguin.' Macall Polay/HBO

HBO and Max jumped back into the front of the Emmy field with Tuesday's nominations for the 77th annual awards. The sibling platforms earned a combined 142 nominations, the most ever for HBO and its sibling streamer.

The combined total beats HBO's previous high of 137 in 2019, a year before HBO Max launched. The big haul, along with nods for Warner Bros. TV Adult Swim, Discovery and Food Network, also puts Warner Bros. Discovery at the front of the media conglomerate pack with 170 total nominations. That's well ahead of Disney's 137 and Netflix's 121. Apple also had a strong year with 81 total nominations, beating the 72 it received a year ago.

The 142 nominations for HBO and Max in 2025 are a huge gain over the 91 they garnered in 2024. A lot of the surge can be attributed to the return of two big contenders, The White Lotus (23 nominations) and The Last of Us (16), to HBO's

schedule after taking the 2023-24 season off. Limited series The Penguin scored 24 nominations, the second most of any program.

Add in strong showings by Max originals Hacks (14 nominations) and first-year breakout The Pitt (13), and five shows account for 90 of HBO and Max's 142 nominations — about 63 percent of the total. The remaining 52 nominations are spread among 18 other titles.

Only three Netflix shows got double-digit nomations: Adolescence (13), Monsters: The Lyle and Erik Menendez Story (11) and Black Mirror (10). More than 20 shows on the platform received multiple nods, however, a testament to the sheer volume of programming Netflix puts out.

The bulk of Apple TV+'s 81 nominations come from just two shows. Severance leads the pack with 27 nominations (vs. 14 for its first season in 2022), and The Studio landed 23, breaking Ted Lasso's record of 20 nominations for a first-year comedy series. Shrinking (seven nominations) and Slow Horses (five) also performed well and give Apple two contenders each in the best comedy and best drama series categories.

After a record-setting year in 2024, led by Shōgun's 26 nominations, FX fell off considerably with 35 nominations. Season three of The Bear leads FX's haul with 13 (down from 23 a year ago). ABC's 34 nominations are about even with FX to lead Disney's haul.

Below are the leading nominees by platform for the 2025 Emmys, and the number of programs that received nods.

1. HBO/Max: 142 nominations (23 programs)

2. Netflix: 121 nominations (44 programs)

3. Apple TV+: 81 nominations (14 programs, 2 commercials)

4. ABC: 38 nominations (16 programs)

5. FX: 35 nominations (8 programs)

And a preliminary count of nominations by media conglomerate:

1. Warner Bros. Discovery: 170

2. Disney: 137

3. Netflix: 121

4. Apple: 81

5. NBCUniversal: 72

16 julio, 2025 - SatCesc.com

The Open Championship 2025, en directo y en exclusiva en Movistar Plus+



Este jueves 17 de julio arranca 'The Open Championship'. El último 'Major' de la temporada reunirá a los mejores jugadores del planeta en el Royal Portrush de Irlanda del Norte entre el 17 y el 20 de julio y Movistar Plus+ estará allí para contarlo.

El Estadio Infinito sigue recogiendo las mejores competiciones nacionales e internacionales. Tras el Masters de Augusta, el PGA Championship y el US Open, es momento de vivir el Abierto más longevo de la historia del golf, en el que Jon Rahm parte como uno de los favoritos a llevarse la victoria.

Todo esto, junto a la Ryder Cup, el DP World Tour y el LIV Golf hacen de Movistar Plus+ el mejor sitio para los amantes del golf.

La expedición española a tierras británicas contará con 3 jugadores. Jon Rahm estará en Irlanda del Norte junto a Ángel Hidalgo y Sergio García para intentar conquistar el último 'Major' del año.

'The Open' pone el broche final a los 'Majors' de esta temporada. Scottie Scheffler llega a las islas como gran favorito para muchos, seguido de

cerca por Xander Schauffele, ganador de la pasada edición que buscará revalidar título; Rroy Mcllroy, que conquistó la última chaqueta verde en Augusta; y Jon Rahm, que llega en uno de sus mejores momentos de la temporada.

Golf por M+ (dial 67) emite, en directo y en exclusiva el The Open Championship desde el jueves 17 hasta el domingo 20. Además, las dos últimas horas de cada jornada estarán disponibles Vamos por M+ (dial 8) para todos los clientes de la plataforma.

Calendario

Jueves y viernes desde las 07:30h hasta 21:30h

Sábado desde las 11:00h y hasta las 21:00h.

Domingo desde las 10:00h y hasta las 20:00h.

Movistar Plus+ anuncia las películas de cine y estrenos directos que llegan en agosto

Justo Romanos Publicado el 16 de julio, 2025



Movistar Plus+ se adelanta y anuncia todo el repertorio de estrenos de cine y películas que tendrá en su servicio de televisión en el mes de agosto de 2025. Tal y como la operadora indica, se va a tratar de "un mes de grandes estrenos y películas veraniegas" en el que también llegarán grandes producciones que han triunfado en los cines.

Hoy 16 de julio a las 11:04, Movistar Plus+ nos ha remitido su comunicado anunciando los estrenos de películas que llegarán al servicio en el mes de agosto. El servicio ha preparado una selección muy variada en la que, tal y como apuntan, habrá grandes estrenos, cine europeo, cine español y propuestas que tienen capacidad para llegar a generar interés entre todo tipo de espectadores. Además, no solo habrá películas que llegan a la suscripción de Movistar Plus+ después de haber pasado por el cine, sino que también se estrenarán multitud de películas de manera directa que no tuvieron estreno en la gran pantalla en España.

Grandes estrenos de agosto

El día 1 de agosto se estrena Babygirl, la película que protagoniza Nicole Kidman y cuya interpretación le ha servido para salir airosa en el Festival de Venecia de 2024 en la categoría de mejor actriz. En esta producción comparte escena con Antonio Banderas y con Harris Dickinson, mientras

que la dirección es de Halina Reijn. Se trató de una película que dio mucho de qué hablar a su paso por el cine y que generó cierta polémica, por lo que posiblemente sea recibida con interés a su paso por Movistar Plus+.



El día 8 será el turno del estreno de Sorda, protagonizado por Miriam Garlrre o y Álvaro Cervantes con dirección de Eva Libertad, adaptando el cortometraje de mismo título. La siguiente película que se estrenará será Las vidas de Sing Sing, la cual llegará el 10 de agosto. En este drama carcelario basado en hechos reales nos encontraremos con el actor Colman Domingo, que logró por este trabajo una nominación al Oscar.

Para el día 15 de agosto está previsto el estreno de María Callas, película biográfica en la que Angelina Jolie interpreta a la soprano que da nombre a la cinta. El film es un trabajo de Pablo Larraín, quien lleva a cabo el cierre de la trilogía que ha dedicado a mujeres icónicas de la historia.



Asimismo, el día 21 de agosto se estrenará La historia de Souleymane, un thriller de drama social, y el día 22 se estrenará Argylle, la comedia de espionaje protagonizada por Henry Cavill y Bryce Dallas Howard. Su director es Matthew Vaughn, cuyo trabajo en la saga Kingsman y en Kick-Ass ha llevado a que sea muy solicitado entre los amantes de la comedia de acción. Además, también aparecen Samuel L. Jackson y Dua Lipa.

El día 26 podremos ver A Different Man, una comedia dramática protagonizada por Sebastian Stan y el día 29 será el momento de ver Better Man. Esta película narra la historia del músico Robbie Williams de una manera totalmente inesperada y que llevó a la cinta a tener muy buena aceptación a su paso por el cine.



Además de estos grandes estrenos, Movistar Plus+ también estrenará estas películas que estuvieron anteriormente en cine:

- Muy lejos – 1 de agosto
- Memorias de un caracol – 28 de agosto
- Todo lo que no sé – 27 de agosto
- La isla de los faisanes – 18 de agosto

Estrenos directos de agosto

En esta categoría se incluyen aquellas películas que no estuvieron en los cines en España y que llegan de manera directa al catálogo de Movistar Plus+. Todos los meses es habitual encontrar más de una sorpresa y, en agosto, también hay títulos que sorprenderán a la audiencia.

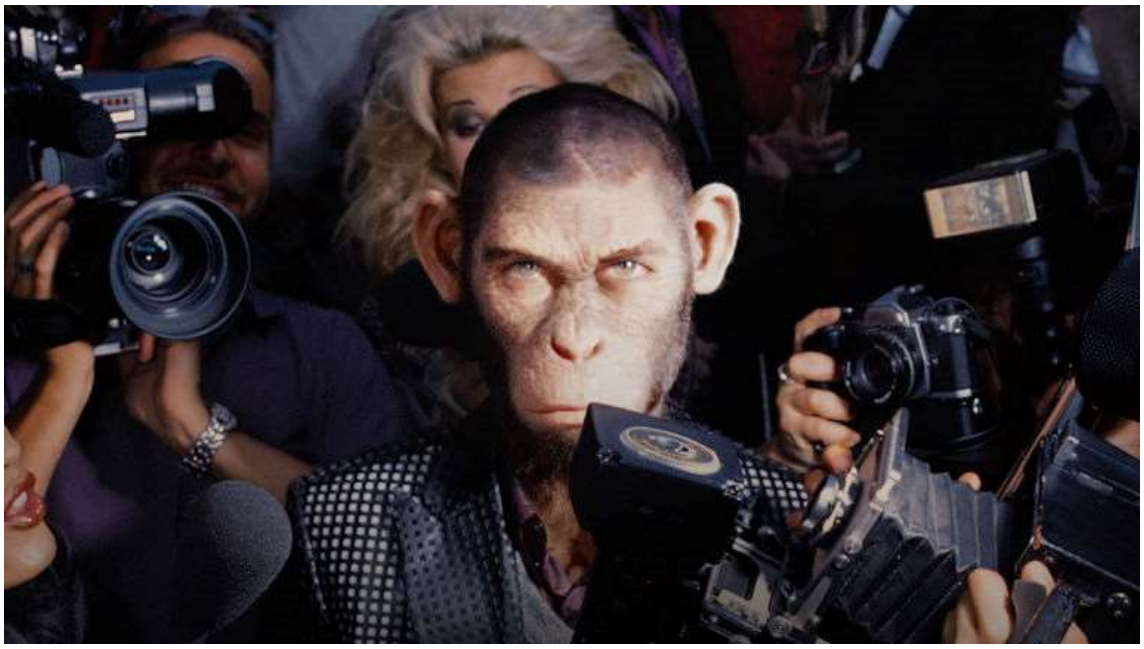
La primera de las películas será Nocturnal, que se estrena el 3 de agosto, tratándose de un thriller coreano que apuesta por el cine negro. El día 4 de agosto se podrá ver La creación de los dioses 2: fuerza demoníaca, la

secuela de esta saga a la que no le falta de nada, como dioses, demonios y grandes batallas. Por su lado, el día 7 de agosto se estrena el thriller policial Una muerte silenciosa, ambientado en Argentina.

El día 11 de agosto podremos ver Harbin, un thriller que tiene una importante parte de cine bélico y que narra la misión suicida que llevaron a cabo un grupo de militares coreanos a inicios del siglo XX. Con esta apuesta, Movistar Plus+ sigue reforzando el estreno de películas de Corea del Sur que, cada vez más, están generando interés entre el público. En último lugar, el día 19 de agosto se estrenará No sin ti, un drama social que protagoniza Laure Calamy.

'Better Man', con Robbie Williams cual chimpancé, en streaming incluida con nuestra suscripción este mismo agosto

Un biopic musical llamativo y diferente



Por por Marcos Catalán 16/07/2025

No podemos negar que nos encantan los biopics musicales, aunque muchos de ellos pecan de lo mismo: de lavar la imagen de su por norma controvertida figura central, ya que normalmente son películas que están financiadas o bien por la familia del artista, en caso de que haya fallecido, o por el interesado en sí.

Un sesgo del que ya os avisamos no se libra nuestra siguiente película, pero al menos Better Man, basada en la vida del genial y polifacético Robbie Williams, trata todo esto de una manera nunca antes vista.

Y es que no todos los días un chimpancé antropomórfico protagoniza un film en el que comparte pantalla con seres humanos como tales (bueno, ahí tenemos las viejas de El planeta de los simios, pero nos entendéis).

Su llegada al streaming

La película, dirigida por Michael Gracey (El gran showman), se estrenará en Movistar Plus+ el viernes 29 de agosto, y estará incluida en la suscripción sin coste adicional.

Se trata de una producción semiautobiográfica en la que el propio Robbie Williams aparece tanto como narrador como personaje, aunque, y aquí viene lo singular, representado en pantalla por un chimpancé digital hiperrealista, una decisión creativa que ha dado mucho que hablar desde su presentación.



Esta versión "simiesca" del cantante no es gratuita. Según explicó el propio Williams en la promoción del filme, el mono representa su visión más autocrítica, su ego, su ansiedad, su lado más vulnerable y, a la vez, más sobreactuado: "Me han llamado muchas cosas: narcisista, cara de hostia, capullo presuntuoso… Y, sí, soy todas esas cosas, pero primero quiero mostraros cómo me veo yo".

Su historia, sus normas

La historia recorre los altibajos del artista desde sus inicios en Take That hasta su carrera en solitario, pasando por sus luchas con las adicciones, la depresión y los conflictos con los medios. Lo hace con un estilo que mezcla el musical clásico con elementos de comedia negra y fantasía digital.

Por todo ello, la película logró una nominación a los Oscar 2025 a los mejores efectos visuales gracias al trabajo de Wētā FX, el estudio neozelandés responsable de sagas como Avatar o El Señor de los Anillos.

Cine en Movistar Plus+ en agosto: Angelina Jolie, Nicole Kidman y Robbie Williams para un mes de grandes estrenos y películas veraniegas



- Biopics, thrillers y dramas sociales protagonizan los grandes estrenos de cine en Movistar Plus+ en agosto. Un mes en el que continúa el canal Vacaciones por M+ con más de 100 títulos para disfrutar en familia y el canal Wéstern por M+ con las mejores películas del oeste de todos los tiempos

Movistar Plus+ presenta en agosto una programación de cine repleta de grandes estrenos, joyas españolas y europeas, y propuestas para todos los públicos. Angelina Jolie encarna a María Callas en uno de los títulos más esperados del mes, junto a 'Babygirl', 'Better Man', 'Sorda', 'Argylle' o 'A Different Man'. La oferta se completa con media docena de estrenos directos (con películas que no han pasado por salas), el canal Vacaciones por M+, ideal para disfrutar en familia, y un especial Wéstern en M+ que recorre los grandes clásicos del género con Carlos Boyero y Cristina Teva.

GRANDES ESTRENOS



MARÍA CALLAS

Desde el viernes 15 de agosto.

Angelina Jolie da vida a la legendaria soprano María Callas en este biopic que narra la última semana de vida de la artista en el París de la década de 1970, un final tan trágico como el de las óperas que interpretó a lo largo de su vida. Tras 'Jackie' y 'Spencer', Pablo Larraín cierra su trilogía de mujeres icónicas con este último biopic, nominado al Oscar 2025 a la mejor fotografía. La pérdida de su voz, la problemática relación con su madre y su desdichado amor junto a Aristóteles Onassis son algunos de los acontecimientos que recorre esta magnífica biografía.

BABYGIRL

Desde el viernes 1.

Nicole Kidman ganó la Copa Volpi a la mejor actriz en el Festival de Venecia de 2024 por este sensual y provocativo thriller erótico en el que comparte pantalla con Harris Dickinson ('El triángulo de la tristeza') y Antonio Banderas. Dirigido y escrito por Halina Reijn ('Muerte, muerte, muerte'), 'Babygirl' explora el juego de poder, la sumisión, el control y los fetiches a través de una mujer que decide no contener sus impulsos e inicia un ardiente romance con Samuel, un becario de su empresa.

BETTER MAN

Desde el viernes 29.

La superestrella del pop Robbie Williams (de la mano de su insegura e hipercrítica personalidad con forma de mono) narra su auge, caída y resurgimiento musical y personal en esta película que estuvo nominada al Oscar 2025 a los mejores efectos visuales. Dura, tierna y divertida a partes iguales, 'Better Man' comienza con Williams presentándose a sí mismo: "Me han llamado muchas cosas: narcisista, cara de host***, capullo presuntuoso… Y, sí, soy todas esas cosas, pero primero quiero mostraros cómo me veo yo". Y, aquí, aparece el mono.



SORDA

Desde el viernes 8.

Premio del Público en la sección Panorama del Festival de Berlín de 2025 y gran triunfadora en el de Málaga del mismo año, 'Sorda' es un retrato hermoso y realista de cómo una mujer sorda y su pareja oyente se enfrentan al nacimiento de su primer hijo en una sociedad hecha por y para los que oyen. Basada en su cortometraje homónimo (nominado al Goya en 2022), Eva Libertad debuta en el largometraje con este drama protagonizado por Álvaro Cervantes y por la actriz sorda Miriam Garlo, también protagonista del corto y hermana de la directora.

ARGYLLE

Desde el viernes 22

Henry Cavill y Bryce Dallas Howard (saga 'Jurassic World') protagonizan Argylle, una comedia de espías muy del estilo de su director, Matthew

Vaughn, responsable de títulos como ‘Kick-Ass’ o ‘Kingsman: servicio secreto’. La película es el debut en el cine de la cantante Dua Lipa, que se une a un reparto de estrellas del que también forman parte Sam Rockwell (‘Tres anuncios en las afueras’), Samuel L. Jackson (‘Pulp Fiction’) o el luchador profesional y actor John Cena (saga ‘Fast & Furious’).

LAS VIDAS DE SING SING

Desde el domingo 10

Colman Domingo (‘Fear the Walking Dead’) recibió su segunda nominación al Oscar como actor protagonista por este esperanzador drama carcelario que reivindica el teatro como sanador del alma. Premio del Público en el festival SXSW y nominada a otros dos Oscar más (canción y guion adaptado), la película, basada en hechos reales, muestra cómo el taller de teatro de la cárcel permite a los presos evadirse del pequeño mundo en el que viven y reencontrarse con su humanidad.



A DIFFERENT MAN

Desde el martes 26.

El actor Sebastian Stan ganó el Oso de plata a la mejor interpretación en el Festival de Berlín y el Globo de oro al mejor actor en comedia o musical por su papel en esta comedia dramática de humor mordaz y muy amargo.

El guion de la película corre a cargo del también director de la cinta, Aaron Schimberg, quien explora la identidad y la belleza a través de dos personajes con discapacidad cuya forma de enfrentarse a su situación demuestra que, en muchas ocasiones, los cambios que hacemos en nuestra vida no la cambian en absoluto.

LA HISTORIA DE SOULEYMANE

Desde el jueves 21.

Un drama social, narrado casi como un thriller, que retrata tres días frenéticos en la vida de un inmigrante guineano en París, un hombre que lucha agónicamente y a contrarreloj por la supervivencia y la dignidad.

'La historia de Souleymane' obtuvo el Premio del Jurado en la sección Una cierta mirada del Festival de Cannes de 2024 y cuatro premios César (actriz secundaria, actor revelación, montaje y guion original) en 2025.

OTRAS JOYAS Y CINE ESPAÑOL

MUY LEJOS

Desde el viernes 1.

Considerado por muchos críticos el mejor trabajo de Mario Casas hasta la fecha, "Muy lejos" obtuvo el Premio del Jurado, de la Crítica y al mejor actor en el Festival de Málaga de 2024.

En este drama social sobre el desarraigo y el miedo a ser uno mismo, Casas interpreta a un hombre intolerante que, tras asistir con sus amigos a un partido de fútbol en Utrecht, decide quedarse en la ciudad neerlandesa sin dar explicaciones a nadie.

MEMORIAS DE UN CARACOL

Desde el jueves 28.

Esta joya de la animación para adultos, realizada en stop-motion, es una conmovedora, cáustica y oscura fábula ganadora del Festival de Annecy. 'Memorias de un caracol' fue nominada al Oscar 2025 a la mejor película de animación y ganadora en la misma categoría en el Festival de Sitges entre otros muchos premios. Obra del especialista Adam Elliot (Oscar al mejor corto de animación por 'Harvie Krumpet'), la cinta narra, a través de lo que ella misma le cuenta a su caracol preferido, la difícil vida de la solitaria, inadaptada y (a pesar de todo) casi siempre optimista Grace.

TODO LO QUE NO SÉ

Desde el miércoles 27.

Susana Abaitua se pone a las órdenes de la cortometrajista Ana Lambarri (trilogía '16', '26', '36') en esta ópera prima, un drama intimista e hiperrealista lleno de personajes imperfectos que habla sobre culpa, crisis vital, decisiones y decepciones. Abaitua interpreta a Laura, una joven con un futuro prometedor que tiene que decidir entre su carrera profesional y el cuidado de su padre enfermo.

LA ISLA DE LOS FAISANES

Desde el lunes 18.

Tenso drama social que se adentra en el último obstáculo al que deben enfrentarse los migrantes subsaharianos que cruzan a Francia: el puente que conecta Irún con Hendaya. Allí, muchos migrantes se arrojan al río y mueren ahogados intentando alcanzar la orilla francesa. En el condominio más pequeño del mundo (compartido entre España y Francia), Laida y Sambou ven a dos personas intentando llegar a nado al otro lado. Días después, un cadáver aparece durante el intercambio de soberanía de esta isla. ¿Quién se hace cargo?

ESTRENOS DIRECTOS



UNA MUERTE SILENCIOSA – Desde el jueves 7 –

Intrincado thriller policial, ambientado en una remota zona rural de la gélida Patagonia argentina, en el que las muertes no se limitan a lo accidental y los secretos, las culpas y los pecados implican incluso a aquellos que son inocentes.

NO SIN TI – Desde el martes 19

Laure Calamy (‘Solo las bestias’) interpreta a una abnegada madre que mantiene una relación de sobreprotección y codependencia con su hijo con discapacidad en este drama social que huye de los clichés y los juicios morales.

HARBIN – Desde el lunes 11 –

Espectacular combinación de thriller de espionaje y cine bélico sobre la misión suicida que emprendieron unos militares coreanos para intentar acabar con la ocupación japonesa de principios del siglo XX.

NOCTURNAL – Desde el domingo 3 –

Un hombre en coma y otro muerto, una mujer desaparecida y una novela que lo predijo todo son los ingredientes principales de este 'thriller' coreano con forma de cine negro.

LA CREACIÓN DE LOS DIOSES 2: FUERZA DEMONÍACA – Desde el lunes 4 –

Segunda entrega de la trepidante saga de acción y fantasía "La creación de los dioses", una espectacular epopeya llena de batallas épicas, criaturas inmortales, dioses y demonios.

ACCIONES

VACACIONES POR M+



Un verano más, Movistar Plus+ ofrece la programación más completa para disfrutar en familia o con amigos. Desde el 10 de julio hasta el 7 de septiembre, el canal Vacaciones por M+ estará disponible en la plataforma y en el dial 15, con más de 100 títulos entre series, películas, documentales y conciertos. Una propuesta refrescante para viajar sin salir de casa, descubrir otros lugares e incluso otras épocas con títulos como 'Rescue: Hi-Surf', 'Mamma Mía!', 'Buffalo Kids', 'The Life Aquatic', 'La canción del mar', 'Cualquiera menos tú', 'Garfield: La película', 'One, Zoo,

Three’, ‘Caminando entre dinosaurios’ o ‘The Americas’. También será una oportunidad para compartir con los más jóvenes grandes clásicos como ‘Tiburón’, ‘Matilda’, ‘Solo en casa’ o ‘Eduardo Manostijeras’. No faltarán los éxitos de taquilla, la acción, la aventura y el misterio con títulos como ‘Bitelchús, Bitelchús’, ‘Twisters’, ‘Pacific Rim’, ‘Venom: El último baile’, ‘Agatha Christie: Hacia Cero’, ‘Chicas malas: La nueva película’ o la serie ‘Elsbeth’. La música también será protagonista, con conciertos de Taylor Swift, Lola Índigo, Estopa y David Bisbal. Y, por supuesto, el mejor humor nacional con comedias como ‘Un lío de millones’, ‘Al otro barrio’ o la serie ‘Aquí no hay quien viva’.

WÉSTERN



“Las grandes aportaciones de Estados Unidos a la cultura del siglo XX han sido el jazz y las películas del Oeste”, afirmaba Clint Eastwood. Este verano, Movistar Plus+ rinde homenaje al wéstern con una programación especial del 17 de julio al 31 de agosto, disponible en la plataforma y en un canal efímero dedicado (dial 18). Una selección de títulos míticos —del wéstern clásico al espagueti wéstern y el crepuscular— acompañada de un programa especial en el que Cristina Teva charla con el crítico Carlos Boyero, gran amante del género. Mientras recorren un poblado del lejano Oeste, repasan su historia, claves, personajes y directores esenciales. Un viaje a los orígenes del cine a través de sus héroes errantes, paisajes desérticos, venganzas, forajidos y épica inolvidable. Entre los títulos destacados están ‘El hombre que mató a Liberty Valance’, ‘Solo ante el peligro’, ‘El bueno, el feo y el malo’, ‘Dos hombres y un destino’, ‘El tren de las 3:10 (versión de 1957)’, ‘El tren de las 3:10 (versión de 2007)’, ‘El asesinato de Jesse James por el cobarde Robert Ford’ y ‘Wyatt Earp’.

EL IMPARCIAL
cultura
Miércoles, 16 de julio de 2025

PLATAFORMAS

Novedades de Movistar Plus+ en agosto: estreno de Maria Callas y Babygirl



E.I. Miércoles 16 de julio de 2025

MARÍA CALLAS

Viernes 15

Angelina Jolie da vida a la legendaria soprano María Callas en este biopic que narra la última semana de vida de la artista en el París de la década de 1970, un final tan trágico como el de las óperas que interpretó a lo largo de su vida. Tras 'Jackie' y 'Spencer', Pablo Larraín cierra su trilogía de mujeres icónicas con este último biopic, nominado al Oscar 2025 a la mejor fotografía. La pérdida de su voz, la problemática relación con su madre y su desdichado amor junto a Aristóteles Onassis son algunos de los acontecimientos que recorre esta magnífica biografía.

BABYGIRL

Viernes 1

Nicole Kidman ganó la Copa Volpi a la mejor actriz en el Festival de Venecia de 2024 por este sensual y provocativo thriller erótico en el que comparte pantalla con Harris Dickinson ('El triángulo de la tristeza') y Antonio Banderas. Dirigido y escrito por Halina Reijn ('Muerte, muerte, muerte'), 'Babygirl' explora el juego de poder, la sumisión, el control y los fetiches a través de una mujer que decide no contener sus impulsos e inicia un ardiente romance con Samuel, un becario de su empresa.

BETTER MAN

Viernes 29

La superestrella del pop Robbie Williams (de la mano de su insegura e hipercrítica personalidad con forma de mono) narra su auge, caída y resurgimiento musical y personal en esta película que estuvo nominada al Oscar 2025 a los mejores efectos visuales. Dura, tierna y divertida a partes iguales, 'Better Man' comienza con Williams presentándose a sí mismo: "Me han llamado muchas cosas: narcisista, cara de host***, capullo presuntuoso... Y, sí, soy todas esas cosas, pero primero quiero mostraros cómo me veo yo". Y, aquí, aparece el mono.

SORDA

Viernes 8

Premio del Público en la sección Panorama del Festival de Berlín de 2025 y gran triunfadora en el de Málaga del mismo año, 'Sorda' es un retrato hermoso y realista de cómo una mujer sorda y su pareja oyente se enfrentan al nacimiento de su primer hijo en una sociedad hecha por y para los que oyen. Basada en su cortometraje homónimo (nominado al Goya en 2022), Eva Libertad debuta en el largometraje con este drama protagonizado por Álvaro Cervantes y por la actriz sorda Miriam Garlo, también protagonista del corto y hermana de la directora.

ARGYLLE

Viernes 22

Henry Cavill y Bryce Dallas Howard (saga 'Jurassic World') protagonizan Argylle, una comedia de espías muy del estilo de su director, Matthew Vaughn, responsable de títulos como 'Kick-Ass' o 'Kingsman: servicio secreto'. La película es el debut en el cine de la cantante Dua Lipa, que se une a un reparto de estrellas del que también forman parte Sam Rockwell ('Tres anuncios en las afueras'), Samuel L. Jackson ('Pulp Fiction') o el luchador profesional y actor John Cena (saga 'Fast & Furious').

LAS VIDAS DE SING SING

Domingo 10

Colman Domingo ('Fear the Walking Dead') recibió su segunda nominación al Oscar como actor protagonista por este esperanzador drama carcelario que reivindica el

teatro como sanador del alma. Premio del Público en el festival SXSW y nominada a otros dos Oscar más (canción y guion adaptado), la película, basada en hechos reales, muestra cómo el taller de teatro de la cárcel permite a los presos evadirse del pequeño mundo en el que viven y reencontrarse con su humanidad.

A DIFFERENT MAN

Martes 26

El actor Sebastian Stan ganó el Oso de plata a la mejor interpretación en el Festival de Berlín y el Globo de oro al mejor actor en comedia o musical por su papel en esta comedia dramática de humor mordaz y muy amargo.

El guion de la película corre a cargo del también director de la cinta, Aaron Schimberg, quien explora la identidad y la belleza a través de dos personajes con discapacidad cuya forma de enfrentarse a su situación demuestra que, en muchas ocasiones, los cambios que hacemos en nuestra vida no la cambian en absoluto.

LA HISTORIA DE SOULEYMANE

Jueves 21

Un drama social, narrado casi como un thriller, que retrata tres días frenéticos en la vida de un inmigrante guineano en París, un hombre que lucha agónicamente y a contrarreloj por la supervivencia y la dignidad.

'La historia de Souleymane' obtuvo el Premio del Jurado en la sección Una cierta mirada del Festival de Cannes de 2024 y cuatro premios César (actriz secundaria, actor revelación, montaje y guion original) en 2025.

CINE

Estos son los estrenos de cine de Movistar Plus+ en agosto

16 de julio de 2025



Biopics, thrillers y dramas sociales protagonizan los grandes estrenos de cine en Movistar Plus+ en agosto

Este agosto, Movistar Plus+ vuelve a demostrar que su apuesta por el cine va más allá de los estrenos de taquilla. La plataforma ha preparado una cartelera variada y estimulante que combina grandes producciones internacionales, cine español de autor, animación para adultos y estrenos directos que llegan sin pasar por salas. El resultado es una oferta cinematográfica que convierte el sofá en el mejor lugar para disfrutar del séptimo arte durante el verano.

No olvidéis pasaros por nuestra sección de cine para estar al tanto de la actualidad cinematográfica, y consultar los próximos estrenos de cine en televisión lineal y streaming. Todas estas películas estarán disponibles en la plataforma de streaming de Movistar Plus+, por sólo 9,99€ al mes.

Grandes estrenos

Uno de los títulos más esperados es María Callas, donde Angelina Jolie interpreta a la legendaria soprano en la última semana de su vida. Dirigida por Pablo Larraín, esta cinta cierra la trilogía del director sobre mujeres icónicas tras Jackie y Spencer, y fue nominada al Oscar a la mejor fotografía.



La sensualidad y el poder femenino llegan con Babygirl, un thriller erótico protagonizado por Nicole Kidman, Harris Dickinson y Antonio Banderas, galardonado en el Festival de Venecia. Otro estreno potente es Better Man, un biopic musical con tintes surrealistas sobre Robbie Williams, que sorprende con una narrativa audaz y su alter ego en forma de mono CGI.

La diversidad sigue con Sorda, un drama social protagonizado por una mujer sorda enfrentándose a la maternidad, que arrasó en los festivales de Berlín y Málaga. Argylle, por su parte, es la gran apuesta de entretenimiento puro: una comedia de espías dirigida por Matthew Vaughn, con Henry Cavill, Bryce Dallas Howard y el debut de Dua Lipa en el cine.

Otros títulos destacados incluyen el drama carcelario Las vidas de Sing Sing, con un nominado al Oscar Colman Domingo, la ácida comedia dramática A Different Man, protagonizada por Sebastian Stan, y el thriller social La historia de Souleymane, premiado en Cannes y en los César.



Otras joyas y cine español

El cine nacional también tiene un papel protagonista este mes. Muy lejos, con Mario Casas, es un drama sobre identidad y desarraigo que ha sido considerado por muchos como el mejor trabajo del actor hasta la fecha. En el terreno de la animación adulta, Memorias de un caracol destaca como una de las películas más originales del año, gracias a su stop-motion y la mirada cáustica de Adam Elliot.

La ópera prima de Ana Lambarri, Todo lo que no sé, aporta un tono más íntimo con una historia sobre decisiones vitales protagonizada por Susana Abaitua, mientras que La isla de los faisanes plantea un drama fronterizo sobre migración y soberanía ambientado en el peculiar condominio entre Irún y Hendaya.

Estrenos directos

La programación se completa con varios estrenos exclusivos que no han pasado por salas. Una muerte silenciosa ofrece un thriller rural argentino lleno de secretos; No sin ti aborda la sobreprotección materna con realismo y sin clichés; y Harbin mezcla cine bélico y espionaje en la Corea ocupada.

Nocturnal propone un misterio noir coreano donde una novela parece anticipar un crimen real, mientras que La creación de los dioses 2: Fuerza demoníaca despliega fantasía épica y acción sobrenatural en una espectacular producción china.

Estrenos de cine en Movistar Plus+ – Agosto 2025

- Babygirl: 1 de agosto
- Muy lejos: 1 de agosto
- Nocturnal: 3 de agosto
- La creación de los dioses 2: Fuerza demoníaca: 4 de agosto
- Bambi, una vida en el bosque: 5 de agosto
- Bob Marley: One Love: 6 de agosto
- Una muerte silenciosa: 7 de agosto
- Sorda: 8 de agosto
- Las vidas de Sing Sing: 10 de agosto
- Harbin: 11 de agosto
- Please Don't Destroy: The Treasure of Foggy Mountain: 12 de agosto
- Los que se quedan: 13 de agosto
- Dalia y el libro rojo: 14 de agosto
- María Callas: 15 de agosto
- Ciudad de asfalto: 17 de agosto
- La isla de los faisanes: 18 de agosto
- No sin ti: 19 de agosto
- Champions: 20 de agosto
- La historia de Souleymane: 21 de agosto
- Argylle: 22 de agosto
- Con el agua al cuello: 24 de agosto de 2025

- Corazones rotos: 25 de agosto de 2025
- A Different Man: 26 de agosto
- Todo lo que no sé: 27 de agosto
- Memorias de un caracol: 28 de agosto
- Better Man: 29 de agosto
- Presunción de inocencia: 31 de agosto

Adelanto de estrenos de cine en Movistar Plus+ – Septiembre 2025

- La buena letra: 1 de septiembre
- El señor de los anillos: La guerra de los Rohirrim: 3 de septiembre
- El casoplón: 5 de septiembre
- Estocolmo 1520. El rey tirano: 7 de septiembre
- Lo que queda de ti: 17 de septiembre
- Aún estoy aquí: 18 de septiembre
- Bridget Jones: Loca por él: 19 de septiembre
- La última reina (Firebrand): 24 de septiembre
- La piscina: 25 de septiembre
- Sirat: 26 de septiembre

Movistar Plus+ estrena cine en agosto con Angelina Jolie, Nicole Kidman y Robbie Williams como protagonistas

El mes estará marcado por biopics, thrillers, dramas sociales, cine español y especiales veraniegos como 'Vacaciones por M+' y 'Wéstern por M+



Javier Corpas Madrid Creada: 16.07.2025

Movistar Plus+ apuesta fuerte por el cine este mes de agosto con una programación repleta de grandes estrenos y variedad de géneros. Entre los títulos más destacados está 'María Callas', el biopic protagonizado por Angelina Jolie que retrata los últimos días de la soprano en París, dirigido por Pablo Larraín, quien cierra su trilogía de mujeres icónicas tras 'Jackie' y 'Spencer'. También se suma 'Babygirl', donde Nicole Kidman brilla en un thriller erótico galardonado en Venecia. El universo de los biopics continúa con 'Better Man', una introspectiva mirada a la vida del cantante Robbie Williams, marcada por su lucha personal. El drama 'Sorda', premiado en Berlín y Málaga, y la potente 'La historia de Souleymane', premiada en Cannes y los César, refuerzan la apuesta por el cine social.



Otros estrenos importantes son ‘Argylle’, una comedia de espías con Henry Cavill, Dua Lipa y John Cena, y ‘A Different Man’, cinta con la que Sebastian Stan se llevó el Oso de Plata y el Globo de Oro. Además, llegan títulos como ‘Memorias de un caracol’, animación stop-motion nominada al Oscar, y ‘Muy lejos’, drama español protagonizado por Mario Casas. Completan la programación más de media docena de estrenos directos, como ‘No sin ti’, ‘Nocturnal’ o ‘La creación de los dioses 2’, que refuerzan la oferta con cine internacional de calidad.

Nuevos canales temáticos ya disponibles

A esto se suman dos propuestas temáticas: el canal ‘Vacaciones por M+’ (disponible hasta el 7 de septiembre), con más de 100 títulos como ‘Mamma Mía!’, ‘Garfield: La película’, ‘Eduardo Manostijeras’ o ‘Bitelchús, Bitelchús’; y el canal especial ‘Wéstern por M+’, activo hasta el 31 de agosto, que recorre clásicos del género como ‘El bueno, el feo y el malo’, ‘El asesinato de Jesse James…’ o ‘El hombre que mató a Liberty Valance’, con una charla especial entre Carlos Boyero y Cristina Teva. Agosto en Movistar Plus+ promete cine para todos los gustos, con estrellas, variedad y calidad a raudales.

LA VANGUARDIA
el comprador

OCIO INFANTIL

Las mejores series y películas infantiles para que los niños se entretengan este verano por menos de 10 euros

Una manera de entretener a los niños en las vacaciones de verano es el contenido audiovisual y ahora puedes tener películas y series muy conocidas por un superprecio



Puedes ver las tres películas de Trolls en Movistar Plus+`. Movistar Plus+

Andrea Vázquez 16/07/2025

Cuántos padres en verano no saben dónde dejar a sus hijos cuando tienen que trabajar... la conciliación es un tema que aún tiene mucho recorrido y todo lo que ayude a ello, es de agradecer. Seguro que más de uno está teletrabajando con los niños en casa o muchos abuelos pasan días enteros con sus nietos, y una manera de que estén entretenidos es viendo películas y series. No deberían estar todo el día delante del televisor, pero un ratito al día no es malo. Ahora, lo que falta es encontrar el contenido perfecto para que estén distraídos y se lo pasen a lo grande.

De eso sabe mucho Movistar Plus+, que tiene un amplio catálogo de series y películas infantiles que seguro van a gustar a tus hijos, sobrinos, nietos... Y por solo 9,99 euros al mes (impuestos incluidos). Además, darte de alta es rápido y no tiene permanencia. No necesitas tener internet y móvil con Movistar y permite que dos dispositivos vean el contenido a la vez desde sitios diferentes.

Las mejores películas para niños

Una de las películas que está teniendo mucho éxito este verano entre los más pequeños es Trolls 3. En Trolls 3: Se armó la banda, Branch descubre que fue parte de una boyband con sus hermanos, de quienes se ha distanciado. Cuando su hermano Floyd es secuestrado por unos villanos que roban talento musical, Branch se une a

Poppy para rescatarlo. En el camino, se reencuentran con sus hermanos y con Viva, la hermana perdida de Poppy. Para salvar a Floyd, deben reconciliarse y cantar juntos, logrando la “Armonía Familiar Perfecta”. La película resalta la importancia de la familia, el perdón y la unión a través de la música.



Fotograma de 'Buffalo kids' REDACCIÓN / Terceros

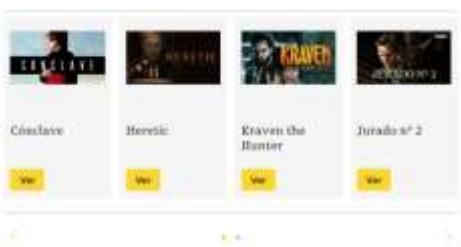
Además, por si aún no la han visto, tus hijos tienen disponible también en Movistar Plus+, Trolls y Trolls 2: Gira Mundial. En el amplio catálogo de esta plataforma de streaming están disponibles otras producciones para niños como Garfield La película, Buffalo Kids, La patrulla canina superpelícula, Kung Fu Panda, Guardiana de dragones, Jumanji o un clásico como Solo en casa.

Las series y dibujos animados más vistos

Las series también pueden ser un modo de entretenimiento diario. Cada día un capítulo. Y tienes varias para escoger: Los Thundermans, Bob Esponja, Las aventuras del Gato con Botas, SuperKitties, Una verdadera casa de locos, Dora, Disney Junior Mickey Mouse Funhouse, Trolls: ¡No pierdas el ritmo! o Blaze y los Monster Machines, entre muchas otras.

Además, los adultos también tendréis contenido para vuestros momentos de paz durante las vacaciones, ya sea en pareja o con amigos. Estas son algunas de las películas que puedes ver en Movistar Plus+:

El mejor cine que puedes ver en Movistar Plus+



Los canales donde se podrá ver LaLiga Hypermotion ya son definitivos

Justo Romanos Publicado el 16 de julio, 2025



LaLiga Hypermotion se podrá ver en su propio canal, en Movistar Plus+, Orange y en abierto a través de Gol Stadium. / Foto: Mateo Franciosi (licencia de Pexels)

LaLiga Hypermotion, la Segunda División del fútbol español, comenzará el viernes 15 de agosto y, desde hoy 16 de julio, ya se conocen los canales donde se podrá ver. Hasta ahora LaLiga no había publicado el reparto de partidos, pero acaba de actualizar la información para que los usuarios se puedan ir preparando.

Después de darse a conocer el día 7 de julio los canales donde se emitirá LaLiga EA Sports, la cual no tendrá presencia en abierto en la TDT, quedaba por saber qué pasaría con LaLiga Hypermotion. Con la actualización de información que ha realizado LaLiga, ya se sabe qué canales emitirán los partidos, cuáles serán los encuentros incluidos en Movistar Plus+ y qué partido será el abierto en cada jornada.

El canal principal de la competición

El funcionamiento de LaLiga Hypermotion en cuanto a su proceso de distribución es un poco distinto al de LaLiga EA Sports, puesto que hay una suscripción general que permite ver todos los encuentros y que está disponible de manera multitudinaria. Esta suscripción, la cual puedes contratar en Movistar, en Orange, en Vodafone o incluso en Digi TV, entre

otras plataformas, emite la señal principal del canal LaLiga TV Hypermotion (en el dial 56 de Movistar Plus+, por ejemplo).



LaLiga desvela el calendario de la primera jornada de LaLiga Hypermotion con los canales donde se emitirá. / Captura propia: Grupo ADSLZone

Esto significa que todos los partidos se emiten en ese canal y que, teniendo esa suscripción, no hay que complicarse ni pensar en cómo ver los encuentros. No obstante, esto también supone el pago de la suscripción por tener acceso a LaLiga Hypermotion al completo y son muchas las personas que no tienen interés en ello. En su lugar, lo que prefieren es ver algunos partidos con el servicio televisivo que les proporcionan otros canales a los que sí tienen acceso. Ahí es donde entran en juego el fútbol de Movistar Plus+, Orange TV o incluso el canal Gol, el cual tiene los derechos para la emisión del partido en abierto.

Partido en abierto y partidos de operadoras

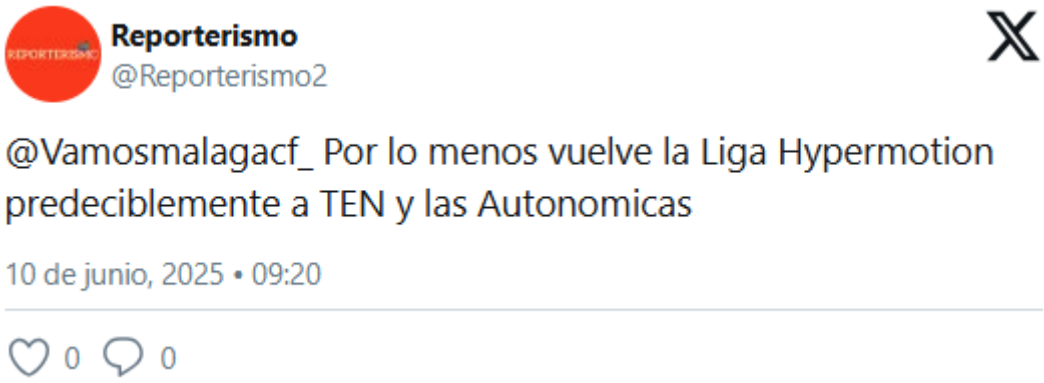
Además de la suscripción general, los canales que van a emitir partidos de LaLiga Hypermotion son la suscripción de Movistar Plus+, el canal Vamos por M+ de Movistar Plus+ (también incluido en la suscripción), el canal Fútbol 2 de Orange TV Libre y el canal Gol (cuyo logo en la página de LaLiga continúa indicando Gol Play). Por lo tanto, cada jornada habrá tres partidos incluidos en la suscripción de Movistar Plus+ que, además, estarán en Orange Fútbol 2. Por su lado, el canal Gol dispondrá de un partido que, tal y como se indica en el listado que se puede consultar en la guía de LaLiga, estará disponible en su canal de cable, dado que Gol abandonó la TDT recientemente para dejar paso a Veo 7.



Movistar Plus+ emitirá tres partidos de LaLiga Hypermotion dentro de su suscripción. / Captura propia: Grupo ADSLZone

La duda que todavía sigue en el aire es cuál es la intención que tiene Mediapro respecto a la emisión del partido en abierto de cada jornada. Según la web de LaLiga, se emitirá en Gol y también debería estar disponible en Gol Stadium para que lo pueda ver cualquier usuario sin pagar absolutamente nada. Pero lo que esperan los usuarios es saber si hay esperanzas o no de que este partido en abierto se emita en la TDT a través de Ten TV. Por el momento, no está indicado en la página web y, aunque hay margen para la sorpresa, da la sensación de que podría no llegar a ocurrir.

Desde que el 29 de mayo Ten TV anunciara que emitiría el partido en abierto de LaLiga F y que también tendría el programa sobre fútbol Directo Gol, se ha especulado acerca de LaLiga Hypermotion. Pero el silencio respecto a esta duda, hacía pensar que podría ser porque estuvieran negociando o porque no tuvieran intención de llevar a cabo la emisión. Para los usuarios, tal y como se ha podido reflejar en mensajes de X, sería un gran aliciente que el fútbol en abierto de la Segunda División estuviera disponible en la TDT. Pero, al menos por esta información con la que trabajamos a fecha de 16 de julio, da la sensación de que no será así. No obstante, es recomendable estar pendientes a las redes sociales de Ten TV por si deciden anunciarlo por sorpresa.



Partidos iniciales en Movistar Plus+ y Gol

En la primera jornada, los dos partidos de Movistar Plus+ serán Real Valladolid CF contra Ceuta FC y Granada CF contra RC Deportivo, mientras que el encuentro de Vamos por M+ será el del Málaga CF contra el SD Eibar. Los tres se verán también en Orange Fútbol 2. Por su lado, el primer partido en abierto será el que jugarán la Real Sociedad B y el Real Zaragoza.

Canal/Plataforma	Partidos por Jornada	Acceso
LaLiga TV Hypermotion	11 (Todos los partidos)	Suscripción de pago (disponible en Movistar, Orange, Vodafone, Digi, etc.)
Movistar Plus+	2 partidos	Incluido en la suscripción base de Movistar Plus+
Vamos por M+ (incluido en Movistar Plus+)	1 partido	Incluido en la suscripción base de Movistar Plus+
Orange Fútbol 2	3 partidos (los 3 de Movistar Plus+)	Incluido en la suscripción base de Orange TV Libre
Gol / Gol Stadium	1 partido	Abierto (online y en dial de operadoras)

En la segunda jornada Movistar Plus+ y Fútbol 2 tendrán los partidos: Leganés vs Cádiz, Cultural Leonesa vs Almería y Ceuta vs Real Sporting, mientras que el encuentro entre Córdoba y Las Palmas será el que se emitirá en el canal Gol y en Gol Stadium.