



RESUMEN DE MEDIOS

MIÉRCOLES, 1 DE OCTUBRE DE 2025

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA 2025

Movistar Plus+ muestra sus apuestas de ficción para 2025 y adelanta estrenos clave (PRODU)

Disney+ España producirá cine local e impulsará más coproducciones y adquisiciones (Cveintiuno)

Disney+ inicia la producción original de largometrajes en España (Audiovisual 451)

Disney + España insiste en el respeto a las ventanas cinematográficas y el apoyo a las coproducciones (The Hollywood Reporter)

“Expediente Vallecas”, primer proyecto de no ficción de Buendía Estudios para HBO Max (Cveintiuno)

Atresmedia Sales: sello de originalidad y calidad (TTV News)

Atresplayer refuerza su programación con la nueva serie original ‘33 Días’ y la segunda temporada de la exitosa serie ‘La Ruta’: ‘La Ruta Vol.2: Ibiza’ (Variety)

Iberseries & Platino Industria aborda los usos prácticos de la IA (participación de TBS) (Variety)

Steve Matthews (Banijay): por qué el contenido español es “atrevido”, “pícaro” y apenas está empezando (The Hollywood Reporter)

Banijay Entertainment se alía con Moments Lab para digitalizar su catálogo de contenidos mediante el uso de IA (Audiovisual 451)

Brendan Fitzgerald, CEO de Secuoya Studios: «Estamos estudiando el drama vertical y los microdramas» (TTV News)

GECA presentó en Iberseries & Platino Industria su nuevo Barómetro FAST que analiza plataformas gratuitas en España (PRODU)

Gloria Saló, GECA: «Las cadenas lineales en Europa son el motor de la ficción» (TTV News)

La comedia cada vez viaja mejor, destacan desde GECA en Iberseries (Cveintiuno)

Julián Rodríguez (Tivify): «Canales FAST van a impulsar una nueva línea de negocio en TV paga» (TTV News)

Las investigaciones periodísticas son “fábricas de generación de IPs”, destaca la directora de LACOproductora (Cveintiuno)

Iberseries & Platino Industria estrecha lazos entre Asia y Europa (Variety)

La quinta edición de Iberseries & Platino Industria abre sus puertas con grandes estrenos, clases magistrales y foco en la innovación (Panorama Audiovisual)

Arranca la 5ª edición de Iberseries & Platino Industria con 2.300 profesionales de 50 países (TIVÙ)

C. de Madrid acoge Iberseries & Platino Industria, principal encuentro profesional del sector audiovisual iberoamericano (Europa Press/ La Vanguardia)

Iberseries & Platino Industria 2025 celebra su acto de apertura (TTV News)

LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA

LaLiga suma más de 1.600 sentencias condenatorias contra establecimientos de hostelería por emisión ilegal de partidos (Europa Press)

DEPORTE Y TV

El laberinto del basket en televisión (El Diario Vasco)

Liga Endesa: el acuerdo entre DAZN y RTVE está todavía por firmar a cuatro días del comienzo de la Liga (SUR)

El deporte en directo, motor del *streaming* (TIVU)

Los derechos de la NFL y la batalla entre los medios tradicionales y el dinero inagotable de los nuevos servicios de *streaming* (Puck)

DAZN suma a su catálogo las Titan World Series de mountainbike (Palco 23)

HÁBITOS DE CONSUMO

Se busca plataforma para anunciar mi marca: ¿cuáles son las favoritas de los consumidores? (2Playbook)

CINE ORIGINAL

LOS DOMINGOS

Alauda Ruiz de Azúa: "Creo que la familia explica muchas cosas de cómo somos" (CINEMANÍA)

Entrevista Alauda Ruiz de Azúa (versión ampliada de Caimán CdC nº 203) (Caimán)

Crítica de "Los domingos" (Nuria Vidal en CINEMANÍA)

"Cuestión de fe" (Mario Vaquerizo en El Mundo)

Análisis de la película 'Los domingos' en el Festival de San Sebastián. MÁS DE UNO, ONDA CERO

El programa 'Nosotras Contamos' impulsado por Mujeres de Cine arranca en octubre (Rubik Audiovisual)

LOS TIGRES

"Los Tigres": más dura será la caída (Dirigido)

Alberto Rodríguez, uno de los nuestros (CINAMANÍA)

LA BOLA NEGRA

Los Javis ruedan "La bola negra" (Ideal de Granada)

FICCIÓN ORIGINAL

EL CENTRO

Una de espías españoles (CINEMANÍA)

Mafia italiana, espías españoles y un asesino psicópata en Wisconsin, en las series de octubre (EL PAÍS)

Las series que se estrenan en octubre 2025 y que van a tenerte enganchada todo el mes ("El Centro") (InStyle)

Las 10 series que no te puedes perder este octubre ("El Centro") (El Periódico/ Prensa Ibérica)

POQUITA FE

Crítica de la segunda temporada de 'Poquita Fe' ya disponible en Movistar+ (Fran Martínez en Mondo Sonoro)

NO FICCIÓN ORIGINAL

HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ

Crítica de "Hasta que me quede sin voz" (Miguel Ángel Romero en CINEMANÍA)

FLORES PARA ANTONIO

"Flores para Antonio" se proyectará en el Festival In-Edit de Barcelona 2025 (Europa Press)

Festival In-Edit 2025: Fechas y programación completa del Festival Internacional de Cine Documental Musical de Barcelona (dod magazine)

TV DE PAGO ESPAÑA

Atresmedia, Mediaset y RTVE redefinen la estrategia de *streaming* ante el cambio del sector (El Economista)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Almodóvar, Amenábar y Calparsoro, los directores de cine más respaldados por RTVE en el último lustro (DirComfidencial)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

YouTube vs. TV: Por qué la definición de "televisión" ya no importa (ScreenMedia)

YouTube TV ya es un operador dominante de la TV de pago y ahora quiere incorporar la programación en *streaming* de sus socios: eso está generando muchos problemas (Deadline)

Univisión se va a negro en YouTube TV (Variety)

NBCU y YouTube TV alcanzan una extensión de acuerdo a corto plazo para evitar un apagón (Variety)

Jimmy Kimmel y la epidemia de cancelaciones de Disney+: el efecto sobre los abonados de las polémicas virales (Puck)

Las adaptaciones televisivas o cinematográficas de videojuegos disparan el número de jugadores (Ampere Analysis)

Análisis de la adopción cada vez más asimétrica de la propiedad intelectual de los videojuegos por parte de Hollywood (Luminarte)

Telemundo Studios y The Mediapro Studio firman alianza para coproducir películas para US hispanic (Cveintiuno)

La presentación de una actriz generada por IA recibe duras críticas del sindicato de actores (Bloomberg)

Michael Cavanagh será coCEO de Comcast junto a Brian Roberts (The Wall Street Journal)

Daniel Ek deja el cargo de CEO de Spotify: la compañía nombra a Alex Norström y Gustav Söderström codirectores ejecutivos (Financial Times)

MOVISTAR PLUS+

'Mochoman', protagonista del primer documental sobre un deportista paralímpico colombiano (Esciclismo.com)

Estreno de Movistar Plus+: Mochoman, el primer documental sobre un deportista paralímpico colombiano (Mundo Ciclístico)

Estrenos de Movistar Plus+ en octubre de 2025 (Soy de Cine)

Las nuevas series de octubre: expresidentes, toreros, brujos, fantasmas y espías (EFE, Grupo NOTICIAS, La Voz de Galicia, La Opinión de La Coruña)

Movistar Plus+ cumple diez años con dos nuevos canales de cine (SatCesc)



Movistar Plus+ muestra sus apuestas de ficción para 2025 y adelanta estrenos clave

30 de septiembre de 2025



Rebeca Aguilar

Movistar Plus+ presentó su showcase de sus próximas producciones originales, demostrando la solidez y diversidad de su estrategia de contenido de ficción.

Rebeca Aguilar, Sales Manager de Movistar Plus+, detalló las novedades, señalando el marco de Iberseries & Platino Industria como el ideal para este anuncio.

“Lo que hemos hecho ha sido enseñar un poquito los dos casos de éxito que tuvimos el año pasado con, y luego hemos visitado todo el 2025 que tenemos en producción, con series muy diversas y con género muy variado” explicó Rebeca Aguilar.

La plataforma confirmó los lanzamientos más esperados para cerrar el año 2025: Anatomía de un instante, que se estrenará el 20 de noviembre. Y El dentista que llegará a la plataforma en diciembre.

El gran lanzamiento inmediato es *El centro*, que se estrenará la próxima semana. Rebeca Aguilar expresó su entusiasmo por este título: "Para nosotros es un privilegio contar una historia tan relevante, tan bien hecha y con el talento que está tanto detrás como delante de la cámara." La serie consta de seis episodios de 50 minutos.

El showcase de Movistar Plus+ dedicó un espacio amplio a previsualizar la programación de 2025, la cual estará marcada por una gran diversidad de géneros, asegurando que habrá series para todo tipo de público.

Además, la directiva adelantó que el contenido preparado para 2026 es igualmente "apasionante," reforzando la apuesta de la plataforma por mantener un flujo constante de producción original de alto nivel en los próximos años.

PRODU

Especial **Iberseries & Platino Industria 2025**

Disney+ España producirá cine local e impulsará más coproducciones y adquisiciones



Sofía Fábregas y el periodista Alberto Rey este martes en Madrid

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA: Disney+ comenzará a producir en España entre tres y cuatro películas al año, que tendrán su recorrido en salas de cine y pasarán a la plataforma como segunda ventana.

Según reveló aquí en Iberseries & Platino Industria Sofía Fábregas, VP de contenido original de Disney+ en España, el streamer también comenzará a explorar modelos de coproducción y ahondará en las adquisiciones de contenido local.

Disney+ se lanzó hace cinco años en España y comenzó a producir hace tres. Desde entonces ha estrenado 10 producciones locales y todas bajo el modelo de originales, financiando íntegramente los proyectos e implicándose desde el desarrollo hasta el estreno.

El siguiente paso, explicó Fábregas, pasa por expandir la oferta de contenido local mediante otros modelos.

“Seguimos consolidando nuestra presencia en España y por eso ampliamos a coproducciones, que no habíamos hecho hasta ahora. Ya hemos realizado dos que próximamente se anunciarán”, adelantó.

Para estos proyectos, su equipo busca historias que le hablen primero a la audiencia española y luego puedan viajar.

“Siempre pienso que es preferible que un proyecto arrase en su mercado local y desde ahí permee a otros, a que funcione a medias en todos lados”, sostuvo.

La ejecutiva mencionó a Europa y América Latina como mercados de particular interés para coproducir, aunque reconoció que en el caso de Latam es más difícil de lo que puede parecer.

“Muchas veces es menos orgánico de lo que te piensas. Necesitas tener un plan de lanzamiento y apostar de verdad por el proyecto”, dijo.

Sin embargo, se refirió a títulos originales latinoamericanos de Disney+ que funcionaron muy bien en España, como las comedias argentinas ‘El encargado’ o ‘Nada’, y españoles que cruzaron con éxito a Latinoamérica, sobre todo docuseries, como ‘548 días: Captada por una secta’ o ‘Amén: Francisco responde’, dirigida por el periodista Jordi Évole.

Respecto a las adquisiciones, Disney+ profundizará en la incorporación de contenido español de terceros, como ya hizo recientemente con el acuerdo con Atresmedia.

Y para la nueva estrategia de cine, trabajarán de la mano el equipo de producción original, liderado por Fábregas, y el de distribución de películas, por Manuel Muro.

El brazo de distribución cinematográfica de Disney ya ha trabajado con reconocidas películas españolas como ‘Los Tigres’, ‘Modelo 77’ o ‘El cautivo’. Desde ahora, la compañía se involucrará “en todo el proceso, desde el desarrollo al guion, al equipo creativo, al casting...”, y lo abordará “respetando la experiencia colectiva y la sala a oscuras”.

Las películas se verán en Hulu, la marca que a partir de 2026 reemplazará a Star en Disney+ en los mercados internacionales, incluyendo España.

“En muy poco tiempo podremos ir anunciando proyectos en los que nos vamos a involucrar. Eso es una ventana que se os abre a todos los productores y al mercado”, reveló Fábregas, y añadió: “Aunque es verdad que no son tantos proyectos. Lo digo por si acaso hay una avalancha”.

Pina Mezzera

30-09-2025

Disney+ inicia la producción original de largometrajes en España

Por **Redacción AV451** -30 septiembre, 2025

Sofía Fábregas, vicepresidenta de Producción Original de Disney+ España, ha comentado en el marco de Iberseries & Platino Industria 2025 los próximos planes de la plataforma a nivel local.

El servicio, disponible en España desde hace cinco años, comenzó a estrenar producciones originales en enero de 2024 con 'Cristóbal Balenciaga' y cuenta ya hasta diez series originales. Mismamente este mes llegarán 'La suerte', presentada en el Festival de San Sebastián, y la comedia 'Entrepreneurs', creada, escrita y protagonizada por Rober Bodegas y Alberto Casado, los humoristas detrás de Pantomima Full.



Sofía Fábregas

«Nuestro público está muy fragmentado, tenemos espectadores de todas las edades y nuestra estrategia pasa por hablar a cada target. Buscamos que el contenido local complemente el que nos llega de Estados Unidos», ha dicho Fábregas. Sin tener el dato exacto, ha asegurado que casi la mitad de sus abonados se corresponde con adultos sin niños en casa y ha recordado que, a lo largo de este otoño, la marca Star, de contenidos para el público adulto, se transformará en Hulu.

Hasta la fecha, Disney+ ha seguido el modelo de producción original en España con títulos como ‘Ladrones: la tiara de Santa Águeda’ o ‘Nos vemos en otra vida’, y también ha nutrido su catálogo con adquisiciones, como ‘El clan Olimpia’ o ‘El mal invisible’, cuya finalidad es no tanto atraer a nuevos suscriptores como mantener y fidelizar la base ya existente. La ejecutiva ha recordado que este apartado de las adquisiciones se ha reforzado en el inicio de la temporada 2025/2026 con el acuerdo por el que los abonados a Disney+ en España podrán acceder a una selección de contenidos de atresplayer, la plataforma de Atresmedia, sin ver aumentada su cuota. La serie de ficción ‘Mar afuera’ es uno de los títulos que forma parte de este acuerdo.

Ahora, según ha anunciado Fábregas, la plataforma se ha abierto al modelo de coproducción. «Tenemos ya dos coproducciones en marcha de las que próximamente daremos más detalles.» En este sentido, Fábregas ha comentado que el objetivo sigue siendo contar historias que apelen primero a la audiencia local. Si después triunfan en otros territorios, el éxito es entonces más celebrado.

Recién terminado el Festival de San Sebastián, donde se ha presentado ‘Los tigres’, largometraje dirigido por Alberto Rodríguez original de Movistar Plus+ que distribuirá en salas Buena Vista International (Disney), Fábregas ha anunciado en Madrid que Disney+ pondrá en marcha una línea de producción original de largometrajes en España, a imagen y semejanza de lo que viene haciendo con las series. «Entraremos en tres o cuatro películas al año y respetaremos las ventanas de explotación, es decir, estrenaremos en salas y después en Disney+. Somos de las pocas compañías que podemos hacer todo el ciclo de explotación», ha dicho la vicepresidenta, quien ha recordado que sus inicios en el sector fueron en el cine.

Fábregas ha añadido que para esta línea Disney+ se implicará «desde la fase de desarrollo hasta la entrega final», de nuevo, tal y como sucede con las series, y ha recordado que Manuel Muro está al frente del área de cine en España.

Otras plataformas que tienen línea de producción propia de largometrajes en España son Movistar Plus+, Netflix, Prime Video y Filmin, aunque no todas apuestan por el paso de las películas por las salas de cine.

BUSINESS NEWS

Disney+ Spain Executive on “Respecting Windows” and Star’s Hulu Rebrand

Sofía Fábregas, vp of original production at Disney+ Spain, made a keynote appearance at the fifth annual Iberseries & Platino Industria.

By **Georg Szalai** September 30, 2025 6:38am



Sofía Fábregas, vp, original production at Disney+, Walt Disney Co., Spain Courtesy of Iberseries & Platino Industria

Respect for the theatrical window, co-productions and the upcoming rebrand of the Disney+’s Star tile to Hulu in international markets were in focus during a keynote session featuring Sofia Fábregas, vp of original production at Disney+ Spain, on Tuesday, the opening day of the fifth annual Iberseries & Platino Industria.

Fábregas took the stage five years after the launch of the Walt Disney streaming service in Spain, lauding a recent content deal with Spanish media company Atresmedia that the partners dubbed “a landmark agreement” and “the first major alliance in Spain between the leading broadcaster and one of the main global streaming services.”

Cooperations are one key strategy for the future of the streamer in Spain, Fábregas signaled, calling co-productions a new emerging model and mentioning two upcoming co-productions that have yet to be announced.

She also touted upcoming original comedy series *La Suerte*, whose English title is *Fate*, on Oct. 8. The show, starring Ricardo Gómez and Óscar Jaenada, explores the friendship between a shy young man preparing for the application tests for public office while working as a part-time taxi driver and a master bullfighter.

The Disney+ executive also highlighted continuing improvements and updates to the streaming service based on what makes sense for its users and corporate parent Disney. She mentioned that the Star tile on Disney+ in Spain will shortly be rebranded with the Hulu moniker, as it will in other international markets, but audiences will keep all the content they love, and the Disney+ content strategy won't change. "Everything that was Star becomes Hulu, and Hulu is now one of our five brands," she said. For producers worried that their shows could lose their presence or visibility on the streamer, "that's not the reality," the exec noted.

Fábregas also highlighted that Disney+ Spain, as its parent, is committed to "respecting windows," including the theatrical window. "It's not incompatible" with the streaming business, she emphasized, mentioning the goal of releasing three to four local titles a year in the theatrical window before they hit the streamer.

At last year's Iberseries & Platino Industria conference and market in Madrid, Fábregas previewed the launch of a very different type of streaming content that it was about to debut back then, namely *Regreso a Las Sabinas* (*Return to Las Sabinas*), its first-ever daily series, of 70 episodes, from Spain.

Also featured on day one of this year's event, in addition to Disney, have been studio Gaumont, independent production powerhouse Banijay, and more.



HBO Max y Buendía revelan docuserie sobre el caso paranormal más mediático de España



‘Expediente Vallecas’

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA: HBO Max ha dado a conocer su serie documental ‘Expediente Vallecas’, el primer proyecto de no ficción de Buendía Estudios para el streamer, que revisita lo que se ha catalogado como el caso poltergeist más famoso de la historia de España.

En tres capítulos, la serie reconstruye lo ocurrido en 1991, cuando una joven de 17 años falleció en extrañas circunstancias en su casa del distrito madrileño de Vallecas, el mismo día en que realizó una sesión de ouija.

El proyecto fue revelado este martes durante un panel de Iberseries & Platino Industria por Bibiana González, responsable de originales unscripted en España de Warner Bros. Discovery; Irene del Cerro, creativa de contenidos de no ficción en Buendía y creadora y productora ejecutiva de ‘Expediente Vallecas’; y la directora de la serie, Noemí Redondo (‘Dolores, la verdad sobre el caso Wanninkhof’, ‘Se busca millonario’, ‘Influencers: sobrevivir a las redes sociales’).

El llamado Expediente Vallecas fue el primer y único caso policial en España que documentó fenómenos paranormales. La serie se nutre de archivo inédito y los testimonios de la familia de Estefanía Gutiérrez Lázaro y las personas que mejor conocen el caso para reconstruir una historia real “donde lo paranormal y lo psicológico se entrelazan”.

“Pensé que el caso Vallecas era una historia de la que ya se sabía todo porque crecí escuchándola contar mil veces en el patio del recreo. Pero al investigar descubrimos que la leyenda de terror había devorado por completo la realidad: mucha gente reconocía el titular, pero casi nadie recordaba los hechos”, dijo Del Cerro.

“Ordenar lo publicado ya era un reto atractivo, pero lo más revelador fue descubrir lo que se había silenciado durante décadas. Detrás de la leyenda se ocultaba una historia que habla de cómo somos como sociedad y eso fue lo que hizo que apostásemos por este caso”, añadió.

Redondo comentó: “El objetivo era abordar el caso Vallecas desde una perspectiva humana, algo que nadie había hecho hasta ahora. Por eso dejamos que los protagonistas contaran su vivencia en primera persona y nos acercamos a su realidad con entrevistas e imágenes íntimas, para que el espectador dejara de verlos como personajes televisivos y pudiera empatizar con su dolor”.

La noticia de esta nueva serie sigue los recientes anuncios de otras dos producciones unscripted de Buendía Estudios, ambas para Prime Video, el dating show ‘Esto no es un dating’ y la docuserie ‘Pelayo. Más allá del límite’, una nueva expansión de su IP ‘G.E.O. Más allá del límite’.

Jorge Pérez Vega, director de contenidos de no ficción de Buendía, aseguró que ‘Expediente Vallecas’ “responde a una estrategia muy clara” de la productora, que pasa por impulsar proyectos propios originales y diferenciales.

“La confianza que nuestros clientes depositan en Buendía refuerza nuestro compromiso de seguir desarrollando propuestas únicas y de calidad”, afirmó Pérez Vega, quien es también creador y productor ejecutivo de ‘Expediente Vallecas’.

Zaida Serrano-Piedecabras y María Rubio son las productoras de ‘Expediente Vallecas’ por parte de HBO Max. La serie se estrenará el 7 de noviembre en la plataforma.

Pina Mezzera

30-09-2025

©cveintiuno



Atresmedia

Con nuevas producciones -33 días, La ruta vol.2: Ibiza, A qué estás esperando y Las hijas de la criada-, más el regreso del Atresmedia Day, la distribuidora española volverá a ser protagonista de Iberseries & Platino Industria.

Tras unos excelentes nueve meses del año, Atresmedia espera poder culminar de gran manera un 2025 que le ha visto liderar en la TV local, producir ficciones a gran ritmo y con fantásticos resultados, y conquistar audiencias fuera de fronteras, como demostró el éxito de *Ángela* (6 x 50') en Latinoamérica por Netflix.

«Los contenidos de Atresmedia continúan atrayendo a muchos espectadores dentro y fuera de fronteras, como es el caso de *Ángela*, cuyo estreno superó en muchos lugares a otras megaproducciones originales de la plataforma americana», señaló Miguel García Sánchez, director de Ventas de Atresmedia Sales.

El músculo de Atresmedia le permite apostar a todo tipo de ficciones, tanto nuevas como éxitos comprobados -como es el caso de *Sueños de libertad*-, así como exitosos formatos como *El desafío*, ya en su quinta temporada.

Su área de distribución volvió a presentar excelentes resultados este año, probando la solidez de la estrategia utilizada: «El factor principal que nos lleva a seguir aumentando la producción y distribución de contenidos es el éxito cosechado», aseguró García.

«El sello Series Atresmedia se ha consolidado como un referente en calidad, originalidad y diversidad, que triunfa en todo el mundo. Un éxito que también es gracias a los excelentes profesionales que trabajan con nosotros y a las productoras con las que colaboramos en cada uno de los proyectos».

«Seguimos apostando por llegar a cuantos mas territorios y audiencias posibles con una apuesta decidida por la venta internacional de nuestro catálogo», agregó.

UN NUEVO ATRESMEDIA DAY

La novedad que Atresmedia presentó en la edición 2024 de Iberseries & Platino Industria regresa recargada en 2025: el martes 30 de setiembre, el Atresmedia Day incluirá la proyección, en Segunda Ventana, de episodios de *A qué estás esperando*, *La ruta vol.2: Ibiza* y la esperada serie de Carles Porta, *33 días*.

A qué estás esperando (8 x 50') es la adaptación televisiva de las novelas femeninas de Megan Maxwell: «Tras su éxito en atresplayer, la serie se estrenará próximamente en Antena 3», comentó García. «Es una serie sobre dos jóvenes, el adinerado piloto de aviones Can y Sonia, una joven publicista liberal que, pese a que buscan relaciones sin compromiso y seguir viviendo su soltería sin ataduras, acaban enamorándose y superando cualquier tipo de barreras y prejuicios».

La ruta vol.2: Ibiza (6 x 50'), por su parte, es la continuación de la aclamada serie de Caballo Films, situada en Ibiza, la cuna de la música techno de principios de los 2000. «En esta nueva temporada veremos la evolución y nueva vida de Marc, interpretado por Alex Monner, tras dejar atrás su Valencia natal y la Ruta del Bakalao, la cual descubrimos durante la primera temporada de la serie», compartió el ejecutivo.

33 días (6 x 50'), mientras tanto, es nuevo proyecto de Atresmedia en colaboración con Carles Porta, protagonizado por Juan Manuel Poga (*La casa de papel*) y Julián Villagrán (*A muerte*). «Es la primera ficción sobre el famoso caso de la huida de dos presos en 2001», explicó García. «Dos tipos duros que sueñan con la libertad y que darían la vida el uno por el otro, en una amistad que a veces se asemeja mas a una historia de amor. Una fuga que tuvo en jaque a España durante 33 largos días».

El Atresmedia Day también incluirá un cóctel patrocinado por la empresa, durante el cual se realizará una presentación especial de las primeras imágenes de *Las hijas de la criada*, la adaptación televisiva de la novela homónima de Sonsoles Ónega, ganadora del Premio Planeta 2023.

«*Las hijas de la criada* (8 x 50') es una superproducción, una serie exclusiva de Atresmedia en colaboración con Buendía Estudios que se encuentra actualmente en posproducción y que pre-estrenaremos en atresplayer en los próximos meses», detalló García. «Protagonizada por Verónica Sánchez (*El embarcadero*, *Ángela*) y Carlota Baró (*El secreto del Puente Viejo*) narra la historia de dos hijas, Clara y Catalina,

nacidas en la casa de una familia rica de Galicia a principios del siglo XX. Clara es hija de la criada, Renata, mientras que Catalina es hija de los Valdés, don Gustavo y doña Inés».

En la serie, una venganza inesperada sacudirá la vida de esas niñas y de todos ellos, y hará que doña Inés tenga que sobrevivir al desamor y al dolor del abandono. Y también a las luchas de poder para convertir a su verdadera hija en la heredera de un imperio, en una época en la que a las mujeres no se les permitía ser dueñas de sus vidas.

SIRA, LA CONTINUACIÓN DE EL TIEMPO ENTRE COSTURAS

Con el regreso de Adriana Ugarte como Sira Quiroga, se confirmó la continuación, en modo spin-off, de la exitosa *El tiempo entre costuras*.

«Estamos supercontentos con la noticia de que *El tiempo entre costuras* tendrá continuidad con esta nueva serie y estamos seguros de que será un éxito», comentó García. «Solo podemos decir que será una gran producción de Buendía Estudios grabada en distintas partes del mundo, recreando y adaptando a televisión el best-seller de María Dueñas».

Sira, de la cual Dueñas es productora ejecutiva, se emitirá localmente por la pantalla de Atresmedia e internacionalmente por Netflix. A nivel de distribución internacional, Atresmedia Sales contará con los derechos «en los territorios y condiciones que nos permite nuestro acuerdo de colaboración con Netflix para este proyecto», subrayó García.

Sep 29, 2025 11:33pm PT

Atresplayer Ramps Up Programming With New Original Series '33 Days' and Season 2 of Hit Series 'La Ruta': 'La Ruta Vol.2: Ibiza'

By Anna Marie de la Fuente



33 Days Credit: Lander Larranaga

Spanish streaming platform Atresplayer continues to ramp up its original productions, launching “33 Days” (“33 Dias”) and Season 2 of its breakout hit series: “La Ruta. Vol. 2: Ibiza” at the San Sebastian Film Festival and at Madrid confab Iberseries & Platino Industria.

“33 Days” is the first television series created by renowned true-crime investigative journalist Carles Porta.

Inspired by the real-life escape of two inmates from the Lleida prison in 2001, “33 Days” chronicles their breakout which triggered a 33-day manhunt by Catalonia’s police force, the Mossos d’Esquadra.

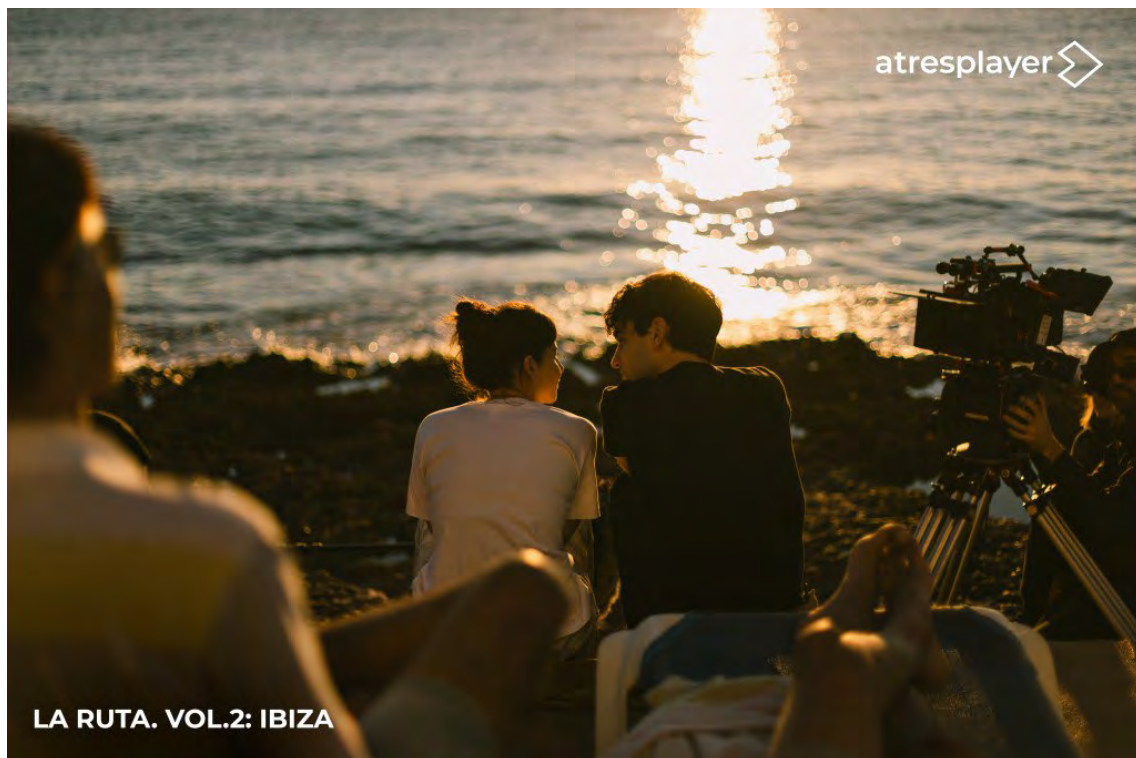
The series focuses on the Mossos' investigative team and the escapees, whose plan begins to unravel, forcing them to improvise. Then a newly established police force, the Mossos faced mounting pressure and institutional criticism as they faced new challenges at every turn.

“We changed the names of the real people involved in order to protect their privacy and also to allow us more creative freedom,” said Porta at the presentation.

José Manuel Poga and Julián Villagrán star as Prieto and Calatrava as the pair of escapees. Nausicaa Bonnín and Pau Durà play officers Clara Moyano and Pau García.

The cast also includes Blanca Parés, Arnau Casanovas, Xavi Sáez, Alba Pujol and Joan Solé, among others.

Produced by Atresmedia in collaboration with Luminol Media, Goroka and Lastor Media, the series unfolds over six episodes.



Meanwhile, the Ibiza-set Season 2 of ‘La Ruta,’ winner of the 2023 Ondas Award for Best Drama Series and three Feroz Awards, is set to drop on Oct. 26.

“La Ruta. Vol. 2: Ibiza” stars Àlex Monner, who reprises his role as Marc Ribó and also plays Marc’s father, Manuel. Joining the main cast are Carla Díaz, Marina Salas and Irene Escolar.

Comprising six 50-minute episodes, the new season unfolds along two timelines, acting as both a sequel and a prequel to the first season.

Set in 1996, Marc Ribó is the resident DJ at Amnesia, one of Ibiza's most legendary clubs, as the island rises to global fame as the epicenter of nightlife. But 25 years earlier, in the early 1970s, Ibiza was a very different place—an offbeat, free-spirited refuge under the shadow of Franco's regime. It was this version of the island that Marc's parents knew, shortly before their lives were cut short in the 1972 Caravelle plane crash—at the same age Marc is now.

Marc's own youth in Ibiza mirrors that of his parents: parallel yet profoundly different. Just like the island itself, their stories are separated by time but strangely intertwined – echoes of the past resurfacing in the rhythms of the present.

Told across two timelines, the new season centers on legacy and the passing of values from parents to children.

Cast also includes Lucía Martín-Abelló, Fernando Delgado-Hierro and Fernanda Orazi. Several actors from the first season also return.

Directed by Borja Soler, “La Ruta. Vol. 2: Ibiza” was shot in the Valencian Community and the Balearic Islands.

In recent years, Atresplayer has become a prominent player in the Spanish fiction landscape, releasing more original series than any other platform in Spain.

Original productions, available exclusively to premium users, include hits like “Veneno,” “FoQ: La nueva generación,” “Cardo,” “La novia gitana,” and “Drag Race España.”

In 2025, the lineup expands with “Mariliendre,” “El Gran Salto,” “Mar afuera” and “Las hijas de la criada,” out in November.

“La Ruta. Vol. 2: Ibiza” and “33 Days” both screen at Iberseries & Platino Industria on Sept. 30, its first day of activities.

Sep 30, 2025 10:25pm PT

Madrid Audiovisual Cluster Tackles the Practical Uses of AI

Workshop at Madrid's Iberseries & Platino Industria will feature seven case studies, some from Madrid Cluster members who will share their experiences with the controversial tool

By **Anna Marie de la Fuente**



Courtesy of HBO

The real-world application of Artificial Intelligence (AI) on the audiovisual industry – controversies aside – will take center stage at Madrid's Iberseries & Platino Industria on Oct. 1. Organized by the Madrid Audiovisual Cluster, an economic interest group comprising over 100 Madrid-based companies, the workshop will study seven case studies, some from members of the Cluster.

The intent is to study how AI can be a useful tool rather than delve into how it could be replacing jobs, according to Iberseries director Samuel Castro.

Topics to be covered include:

- Marketing strategy and distribution of audiovisual content;
- Workflow management for scripted and unscripted audiovisual productions;
- Artificial Intelligence applied to VFX and post-production in fiction and advertising;
- Visibility of web content in the new ecosystem shaped by AI engines and large language models,
- And creation of sports audiovisual content

Moderator Henar León, a technology expert specializing in the cultural sector, will guide the workshop and facilitate dialogue among the participants.

These are:

Brandominus – Víctor Guerra – CEO

A Spanish digital marketing agency specializing in data-driven strategies. Its methodology combines creativity, data and analytics to deliver marketing strategies that are 100% results-oriented. They serve as a strategic agency for the Spain Film Commission and the Madrid Audiovisual Cluster, among other organizations. “Our participation in the panel is about the importance of AI in the visibility of brands and audiovisual content on search AI engines and on how the AI boom has changed the way we show up in search results – and what we need to change to adapt to the new search-ranking paradigm,” says Victor Guerra, CEO.

BRANDOMINUS
data driven creatives

El Ranchito – Manuel Ramírez – President

Leading Spanish VFX studio known for visual effects work in productions such as “Game of Thrones” and “Society of the Snow.” Founded in 2004 by Félix Bergés and a team of top VFX professionals, El Ranchito is a Madrid and Barcelona-based studio known for delivering world-class visual effects with creativity, precision and collaboration at its core. With over 200 artists, the studio tackles global projects across film, TV and advertising. El Ranchito is part of Pitch Black Company, alongside Folks and Rising Sun Pictures, forming a global network of 1,400+ artists across 14 cities including Los Angeles, London, Montréal, Mumbai and Bogotá. “El Ranchito was born from the dream of creating a space where experience, knowledge, and teamwork would be at the heart of everything we do,” says Ramírez.

Metropolitana de Muntatges – Ramón Arteman – Director

A Barcelona-based post-production studio founded in 1995, with additional facilities in Madrid. Specializing in visual effects, CGI, color grading, and compositing, the company serves the advertising, film, and television industries. Known for its technical precision and creative expertise, Metropolitana offers end-to-end post-production services, including on-set supervision and previsualization. With a team of 25–50 professionals and nearly 30 years of industry experience, the company has built a solid reputation in Spain’s audiovisual sector. Metropolitana is also part of a select group of high-end post-production studios trusted by major agencies and producers for complex visual storytelling.

Moments Lab – Sofía Schenone – Sales Manager

Platform that uses AI to turn information into clear, actionable summaries, streamlining audiovisual production. The leading AI-driven video discovery company will announce the launch of Discovery Agent, an AI-powered tool built to help producers, creatives and video teams swiftly locate key scenes and standout moments across their media libraries. “By reducing the time spent sourcing key moments, Moments Lab enables teams to scale workflows, boost creativity and generate new revenue. The company’s new Discovery Agent introduces chat-based search, advanced semantic understanding and contextual insights to fuel high-impact storytelling,” says Schenone.



Pendular – Carlos Ballesteros – Co-Founder & CEO

Startup that applies AI to generate real-time statistics, analysis and visualizations for sports events. The Madrid-based AI company is transforming how sports content is created, distributed, and monetized, it notes. Its platform automates video production from live and archive footage, enabling rights holders to scale content delivery, engage fans and generate new revenue streams. Trusted by organizations such as the Australian Open and Premier Padel, Pendular combines cutting-edge technology with sports expertise to help clients maximize the value of their media assets efficiently and at scale. Says Ballesteros: “We’ll discuss how Pendular uses AI to generate real-time sports highlights using AI for broadcasters and leagues like the Australian Open.”

TBS – Telefónica Group – Óscar del Castillo (Head of Sports News) & Abel Muela Guerra (Head of Social Media for Sports)

Part of the Telefónica Group, one of Europe’s biggest telecoms, it specializes in entertainment and sports audiovisual content creation, production and distribution.

The company offers a wide range of services including live sports broadcasting, streaming, technical production (studios, lighting, equipment), satellite and managed IP transmission and full production for specialized sports TV channels. In a joint presentation with Óscar del Castillo, Guerra will discuss the development of an AI-driven project for generating sports highlights on Movistar Plus+. “I will provide a practical demonstration showing how this AI tool automatically produces content for both the TV platform and Movistar Plus+ social media channels,” says Guerra.

The Film Agency – Sarah Calderón – CEO

An international marketing agency with over 12 years of experience in the audiovisual industry, working across films and series. It operates throughout the entire lifecycle of a project – from early development, through its Think Early department, to the launch phase, with the support of its Think Visual and Engagement departments. Its services include tailored marketing strategies, the creation of premium visual materials (such as trailers, posters, promos, digital assets, and pitch decks) and digital campaigns during festivals and releases. In addition, its Think Data department offers data-driven services designed to support decision-making processes. “I will be presenting some case studies about how we use AI in early stages marketing. It is becoming central for our audience-oriented strategies, data-driven solutions and pitch decks,” says Calderón.

HOME > TV > TV REVIEWS

Banijay's Steve Matthews on Why Spanish Content Is "Bold," "Naughty" and Just Getting Started

Ahead of an Iberseries & Platino Industria session, Banijay's head of scripted, creative shares insights on the company's evolving approach to Spanish-language markets – and discusses 'Culpa Nuestro.'

By [Georg Szalai](#) September 30, 2025



'Culpa Nuestra' Courtesy of Banijay

Steve Matthews is attending the fifth edition of Iberseries & Platino Industria in Madrid this week to bring a taste of superindie Banijay Entertainment, the France-headquartered international content production and distribution giant behind such hits as Survivor, Black Mirror, Peaky Blinders, MasterChef and Big Brother, to the gathering for Spanish- and Portuguese-language content producers and other attendees.

Hired in early 2023 as content partnerships executive in the company's central scripted department, the former executive of Octagon Films in Dublin and consulting producer on all three seasons of Showtime's *The Borgias* was promoted to the role of head of scripted, creative — partnered with Johannes Jensen as head of scripted, business — in January.

In a Tuesday "Spotlight: Banijay" session, Matthews and Pilar Blasco, CEO of Banijay Iberia, will share insight into their content strategy and collaborations across markets.

Ahead of his Iberseries appearance, Matthews talked to THR about the appeal of Spanish-language content, its "operatic" quality, Banijay's Spanish hits and what's next.

Spanish-language content has, in recent years, shown such broad appeal around the world. How does it fit into Banijay's scripted strategy?

At Banijay, we're doing 1,000 hours across 60 labels as the biggest scripted producer in Europe. I have this helicopter analogy, which still prevails. There are now more people in the helicopter, and we're a little bit tighter and a little bit more disciplined on what the helicopter is there to do. But the helicopter flies to a production banner, and we open the door and ask if they need anything. If they do, we try to help. If they don't, we go on to the next banner.

So, to stick with this metaphor, we go across the labels, we open the door, we look down, and we say: "Hi, guys. Do you need some help with a tax incentive? Do you need some help getting that agent in New York to call you back about that book? Do you need me to help you set up a writer's room? Do you need help to get that French format?"

Banijay has made a very big thing out of lots of little things. So the game and strategy is all about maintaining the ability of the production companies to work in their markets, tell the stories that they're specialists in, maintain their creative identities, and not get in the way too much, but help and connect if we can. It's about [managing] the whole scale of it.

English-language content has certain advantages. The U.K. remains our biggest territory, but Spain and Italy are close behind.



Banijay's content partnerships executive Steve Matthews Courtesy of Banijay

There are four primary scripted companies that we have in Spain. There's Pokeepsie Films, founded by [director, screenwriter and producer] Álex de la Iglesia, who I love, having already done 30 Coins with him. He makes big, bold, theatrical stuff. We also have Diagonal TV, which has done great premium stuff, such as The Patients of Dr. García. There's Dlo [Producciones], which produces brilliant genre content, such as [Netflix series] The Gardener. And there is the lovely Portcabo up in Galicia, which is doing unpretentious, excellent, well-crafted crime stuff. So, our Spanish production businesses are not a homogeneous thing. It's not just one thing, and I think that's how it's kind of endured.

What do you see as the drivers behind the global success of Spanish content in recent years?

For the rise of Spain over the last 10 years, distribution comes in. A third of the world speaks Spanish. So there's an automatic advantage there for Spanish content. Also, in Spain, the regulatory environment is great, there is an excellent tax systems. All of these are conducive to encouraging the excellent storytelling in Spain.

It's a pretentious thing to say, but I think any movement in art usually has elements of finance or technology. However, I think it's never just that. There's also been a burst of storytelling that's come out of Spain. When I first started in Spain in 2016, I was reading scripts and saying to a colleague, "These scripts, they don't have any subtext. And he said: "You don't understand, Steve, we don't have subtext." And I said, "Oh, I see, you write in a different way." There's no "set it up really slowly and hold back the motivations." At the start of a Spanish story, you just go. You go to the front of the stage and sing.

It's not like Tony Soprano where you wonder: "Is he happy or is he sad?" There's something operatic in Spanish storytelling. And I think that's something that has fit these times — of people wanting something a little bit less pretentious, a little bit brash. There's an operatic storytelling that just fits the time.

That may explain why I have noticed friends getting fully drawn in and really caring about characters in more and more Spanish dramas. One recently mentioned that years ago they used to watch a Spanish show only here and there for the sun and fun and, I hate to say it, the pretty people. I wonder if more opportunities to watch such content has allowed a fan base to go deeper and look beyond the surface?

Yes, you can go beyond Spain to Mexico and Latin America and the telenovela. I have watched some of the shows from our colleagues in Brazil. With the telenovela, it's wrong to think of it as bright and colorful, just pretty people, and that's the only reason you watch. It does have all of those things, but it's also got a joyful operatic story. Otherwise, you wouldn't sit and watch 40 episodes of it.

So, pretty people and sunshine are a superficial symptom of something much deeper. I love working with these guys. They are great and have this boldness as well. As things were already slowing down and a bubble was about to burst heading into the run-up to 2020, I was working with Alex, and these scripts were coming through. Reading them, I was like: "We can't do this, can we?" And you know, you're

in a good place when you're reading a script, thinking that, and they are letting us do this. There's a confidence there. And there's a naughtiness about them as well, which I think is good.



'The Gardener'

Since we just mentioned Latin America, and co-productions have been one key topic at Iberseries & Platino Industry, are there co-productions between Banijay production banners in Spain and Latin America in the works?

Over the last two to three years, co-production is very much back on the table, and you find it's the Swedes, the Dutch, the Central Europeans. It's the smaller companies and markets that have a kind of memory for what it was like before the streaming boom, because they have to as there isn't enough money like in the bigger territories, which sometimes stay a little bit more within themselves.

However, that's one of the things that we're building. Are there a lot of developments between Spain and Europe and Latin America? No, not as many as I would like to see. But equally, it's a mistake to assume that they are the exact same countries just because they share a language. Because their Spanish is actually different, and Brazil is, of course, Portuguese, so it's a completely different language, a completely different thing. So you can make a kind of lazy assumption. But it's not quite as simple as that. And that's the game for us. It's really about how much to push in, how much to encourage? How much glue should there be between the whole thing to get the balance correct?

What are some of the Spanish Banijay shows you can highlight?

The big one really is the third in the Culpa trilogy, which comes out [on Prime] soon from Pokeepsie. So that's been for us, a really good example of a new [hit] from a company known for horror and psychological thrillers. I think the success comes from how they have worked with the same kind of theatricality. That is why they have been so successful. So that's the big one coming up.

We're also very happy with an important show for us, even though it's relatively small compared to the scale of the stuff from Pokeepsie. Weiss & Morales is made by Portocabo. It is a cop show that we're proud of because it's a pure, old-fashioned, two-territory co-production with ZDF in Germany and RTVE in Spain. It's a German cop and a Spanish cop investigating crimes. Again, it's unpretentious, and there's a lot of business entrepreneurialism there as well.



'Weiss & Morales'

And Dlo has [psychological thriller series] La Caza, which has traveled to France and had remakes.

You know what I love about Spain? It's not stuck. They do their book adaptations, but also more. Diagonal did Dr. García and those literary and historical things, but then did The Gardener, a cracking little contemporary psychological thriller with all this kind of Hitchcockian vibe to it, a big show on Netflix.

And there's more coming from all those guys.

Beyond your on-stage appearance, any other big plans for Iberseries and Madrid?

They have asked me to meet with some young writers. I always meet with young writers and really read their pitches, so I'll do some of those sessions. I take opportunities to be on the road, and I use those very much for face time with the labels. We're very spread out, so the more we get to know each other, the better.

We do lots of panels and talks and discussions and pitches and showcases, but we also all get together and say, "Hey, you've got a thriller. Have you met the guys from the Nordics? These guys have got a great idea." There are two projects in development right now between territories, which came entirely out of that. So I take any opportunity to go and see them and ask: "What do you need? What are you working on? Can I help you with that?"

Inicio > Televisión

Banijay Entertainment se alía con Moments Lab para digitalizar su catálogo de contenidos mediante el uso de IA

Por Marco Sánchez Sequera -30 septiembre, 2025

Banijay Entertainment colaborará con Moments Lab en la siguiente etapa de su transformación digital. Como complemento al hub de Amazon Web Services (AWS), lanzado en enero, la plataforma de vídeos realizados con IA Moments Lab se encargará de la clasificación y reutilización a gran escala de las más de 200.000 horas de su catálogo, así como la distribución multicanal de sus producciones en directo.

Impulsada por la IA multimodal MXT-2, la solución de Moments Lab se sincronizará con el sistema de gestión de activos digitales de Banijay Entertainment para enriquecer su contenido con un nuevo conjunto de metadatos, con la consiguiente mejora en la reutilización y la monetización de dichas producciones.



Al permitir que todos los materiales sean accesibles globalmente, la plataforma ampliará su atractivo a la hora de alcanzar nuevos canales de distribución. Y a medida que el valor de sus marcas en plataformas digitales aumente, también lo hará su catálogo a nivel mundial. Esta plataforma se basará en AWS, y Base gestionará la integración.

«Como el estudio más grande de Europa, la creatividad y la innovación siempre han sido la base de las actividades de Banijay Entertainment. Con nuestra transformación digital ya en marcha —desde la creación de un centro de contenido de vanguardia con Base y AWS hasta la asociación con Moments Lab—, seguimos centrados en colaborar con proveedores de tecnología de primer nivel que puedan apoyarnos para ampliar el alcance de nuestro contenido y maximizar su valor en un ecosistema global

complejo», asegura Damien Viel, director digital y de innovación de Banijay Entertainment.

«Desde el principio, quedó claro que Banijay Entertainment comparte nuestra mentalidad pionera y nuestra visión sobre cómo la indexación con IA puede abrir nuevas posibilidades creativas y oportunidades de ingresos. Nos honra asociarnos con la empresa en un proyecto tan importante: maximizar el valor de su catálogo original», apunta Philippe Petitpont, cofundador y director ejecutivo de Moments Lab.

El modelo de IA MXT-2, patentado de Moments Lab, está diseñado para videotecas con un gran volumen de contenido. Sus funciones incluyen «Momentos Personalizados», que son descripciones con código de tiempo de momentos clave de un vídeo, adaptadas a las necesidades del usuario. En el caso de Banijay, esta solución pudo identificar las escenas más atractivas de un programa de 'Gran Hermano' para crear tráilers y recopilaciones.

Y, con la incorporación de su nuevo «Agente de Descubrimiento», los usuarios ahora pueden realizar solicitudes mediante indicaciones en lenguaje natural. De esta manera, los equipos pueden explorar con mayor profundidad su catálogo de 200.000 horas y recibir sugerencias conceptuales para clips e historias que impulsen el proceso creativo.

La tecnología de comprensión e indexación de vídeo con IA de Moments Lab analiza cada momento de un contenido. Funciona mediante reconocimiento facial, puntos de referencia, contexto y análisis de sentimientos, lo que permite buscar en todo el portafolio audiovisual a partir de metadatos y descripciones personalizables de código abierto. Además, la plataforma también ofrece transcripción y traducción multilingües, lo que posibilita adaptar todos los materiales a una variedad de nuevas audiencias.

Esta noticia se ha conocido tras el lanzamiento, por parte de Banijay Entertainment, de su nuevo ecosistema de contenido basado en la nube, con Base y AWS. Diseñada para impulsar la creatividad, esta plataforma se basa en tecnologías avanzadas de IA, y sigue tres sencillos pasos: migración a la nube, creación de un centro de contenido y transformación del flujo de trabajo. Toda la actividad está orientada a fomentar la creatividad, así como la protección del talento y la propiedad intelectual.



Iberseries Platino Industria

El ejecutivo dialogó con ttvnews desde la actual edición de Iberseries & Platino Industria acerca de la evolución del grupo en lo que va del año y los grandes proyectos que alistan para el año que viene.

**Con producción de Fernando Moreno, desde Madrid*

Desde el año pasado, Secuoya Studios atraviesa un proceso de crecimiento que supone la ampliación de su catálogo de proyectos gracias a la estrategia de PODS, un modelo diseñado para impulsar la creación de series, largometrajes de ficción, documentales y formatos unscripted en múltiples idiomas además del español, generados desde lo local, pero con aspiración global.

Se trata de contenidos capaces de viajar por distintos territorios y conectar con audiencias muy diferentes, diseñados para los principales streamers y broadcasters internacionales.

«Ha sido un año muy bueno para Secuoya. La consolidación y la incorporación de los PODS, pasando desde la etapa de desarrollo este año, en preparación para producir el año que viene», comenzó en diálogo con **ttvnews** Brendan Fitzgerald, CEO de Secuoya Studios, desde la actual edición de Iberseries & Platino Industria en Madrid, España.

«En enero produciremos nuestra primera serie en inglés para un cliente en Reino Unido. Y a partir de ahí, haremos dos cosas más en idioma extranjero el año que viene», adelantó el ejecutivo.

El CEO, además, destacó la llegada de Andrés Zamora, quien se sumó para liderar su equipo de Preventas y Distribución global de los contenidos, una apuesta estratégica que refuerza el posicionamiento internacional de la compañía en el mercado de los contenidos.

«Hemos incorporado también a Andrés Zamora. Con toda la parte del IP, entre los productores ejecutivos internos que tenemos como Daniel Martínez, Alejandra Graf, etc, y los PODS, vamos a pasar la producción por nuestra infraestructura, para después alimentar el grupo de distribución liderado por Andrés», explicó.

En cuanto a novedades y tendencias, el CEO destacó los dramas verticales: «Estamos estudiando el drama vertical, los microdramas. Queremos ver cómo podemos incorporar nuestras inversiones históricas en este nuevo género».

«También estamos estudiando la producción de comedias de media hora que después podemos fraccionar en un minuto. Estamos viendo cómo podemos producir dramas de media hora, para ocho episodios, y hacer una versión de seis horas para distribución internacional. Estamos trabajando en muchos formatos diferentes», detalló.

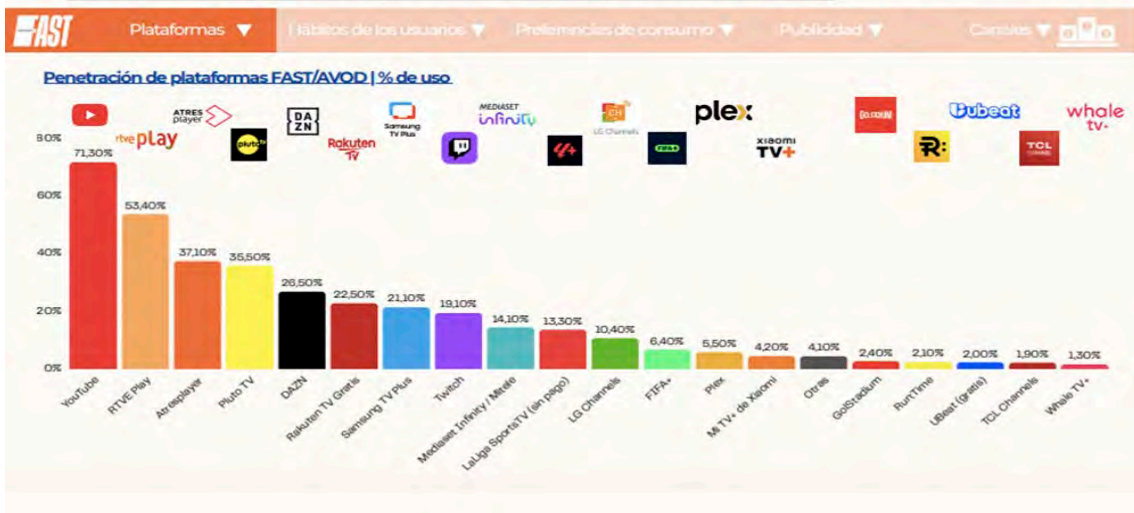
Presente actualmente en la nueva edición de Iberseries & Platino Industria, el ejecutivo hizo hincapié en la diversidad de los asistentes. «Estamos viendo más gente. Pero más que la cantidad, lo interesante es de dónde vienen. Más de 50 países, con más del 50% que vienen desde fuera de España. Tenemos gente que busca partners de coproducción, gente que venden latas, gente de scripted y unscripted. Una mezcla de cosas. Es la edición más dinámica que he visto hasta ahora», concluyó.

GECA presentó en Iberseries & Platino Industria su nuevo Barómetro FAST que analiza plataformas gratuitas en España

30 de septiembre de 2025



Barómetro FAST - Plataformas



El informe muestra el liderazgo de YouTube que se sitúa como la plataforma con mayor uso (71,3% del trimestre) en España

En el marco de Iberseries & Platino Industria, GECA lanzó este martes 30 de septiembre su nuevo Barómetro FAST, un servicio diseñado para analizar el ecosistema de las plataformas gratuitas (FAST/AVOD/FVOD) en España.

El informe cubre el consumo de plataformas gratuitas de video y canales FAST como YouTube, RTVE Play, Atresplayer, Pluto TV, DAZN, Rakuten TV, Samsung TV Plus, Twitch, Mediaset Infinity, LaLiga Sports TV, LG Channels o Mi TV+, entre otras.

“Con la evolución del mercado audiovisual es fundamental que entendamos lo que ocurre en las plataformas gratuitas. Es la única manera de explotar su potencial al máximo”, indicó Rafael Herrera, director de Negocio de GECA. “Esta herramienta es un paso natural para complementar la información que ya proporcionamos con nuestro Barómetro OTT donde cubrimos desde hace años las plataformas tradicionales”.

El estudio se realizó con una muestra de 1.000 individuos mayores de 18 años residentes en España y utilizó una metodología CAWI para garantizar datos representativos y actualizados trimestralmente. El informe cuantifica la demanda de audiencia proporcionando métricas de rendimiento y análisis de mercado mostrando así la presencia de las plataformas, hábitos de consumo, preferencias de los usuarios, canales más vistos, experiencia publicitaria y valoración de la calidad, variedad de contenidos y usabilidad.

En el informe resalta el liderazgo de YouTube que se sitúa como la plataforma con mayor uso (71,3% del trimestre), seguida de cerca por RTVE Play (53,4%) y Atresplayer (37,1%). Pluto TV se consolida como una de las principales opciones de visionado y ya forma parte del top 3 de opciones preferidas junto a YouTube y RTVE Play.

Por otra parte, el ranking de canales más vistos lo lideran La 1, 24h y destacan los de deportes (Teledeporte, DAZN F1) junto a temáticos como Bob Esponja, Embrujadas y Pluto TV Cine Acción.

El Barómetro también resalta que la Generación Z es el único grupo que prefiere los canales temáticos a la programación variada. Además, su consumo es marcadamente móvil: siete de cada diez jóvenes consumen desde teléfonos inteligentes, frente al 45% de los Millennials. Otro de los puntos es que aunque únicamente el 12,8% de los participantes dicen no tener plataformas de pago, se observa una tendencia de retorno al consumo gratuito. Un 13% de los usuarios ha cancelado alguna suscripción de pago por haber aumentado su consumo en FAST, y un 23% se lo ha planteado.

Asimismo, mostraron que más de la mitad de los usuarios de plataformas gratuitas ya consume contenidos en directo a través de estos servicios, demostrando que el FAST no es solo contenido bajo demanda. En cuanto a la publicidad, si bien la percepción de ser "excesiva" aún tiene margen de mejora, una cifra alentadora es que casi la mitad de los usuarios reconoce que la publicidad mostrada conecta con sus intereses. Esto subraya el potencial de las estrategias de segmentación y personalización.

"El valor estratégico del Barómetro FAST va mucho más allá de las cifras de consumo. Se trata de una herramienta clave para el análisis competitivo cualitativo. Ofrece los datos necesarios para comprender las estrategias de éxito de la competencia, para entender dónde se encuentra la audiencia y desarrollar la monetización CTV (Connected TV), que está experimentando un crecimiento cada vez más relevante año tras año", concluyó Enrique Lozano, director general de GECA.

PRODU

Especial **Iberseries & Platino Industria 2025**



Iberseries Platino Industria, Geca

Saló destacó además el auge de un fenómeno en crecimiento: los contenidos verticales. Tendencia primordial en países como Colombia, en Brasil y México.

Con producción de Fernando Moreno, desde Madrid.

Durante Iberseries, Gloria Saló, directora de Consultoría de Producción y Contenidos de GECA, compartió con **ttvnews** un panorama sobre las tendencias actuales que marcan la producción de ficción en ambos lados del Atlántico.

«Analizamos los países con mayores estrenos de ficción, en Europa e Iberoamérica, y hemos comprobado que, efectivamente, las cadenas lineales en Europa son el motor de la ficción», señaló.

Saló destacó además el auge de un fenómeno en crecimiento: los contenidos verticales. «Hay un gran incremento de una nueva tendencia que son las llamadas verticales y que marcan a países en los cuales se ha convertido en tendencia primordial, como es el caso de Colombia, en Brasil y México».

Según explicó, este formato no solo implica grabar y consumir en vertical, sino también repensar la narrativa. «El tipo de plano y el tipo de historias tienen que tener rapidez y atractivo que, obviamente, la pantalla grande no da. Es una adaptación a un nuevo modo de consumo, a un nuevo modo de grabar y, sobre todo, a un nuevo modo de concebir las historias».

Para la ejecutiva, el desafío principal está en mantenerse siempre al día frente a un ecosistema en constante transformación: «»e nos presenta el gran reto de estar siempre actualizados con todas estas nuevas tendencias y desarrollos. Es muy interesante continuar estudiando, observando y analizando».

Cveintiuno

La comedia cada vez viaja mejor, destacan desde Geca en Iberseries



Glorai Saló

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA: Aunque históricamente se ha dicho que no viaja bien, desde la consultora española GECA destacaron este martes que la comedia se está exportando cada vez mejor.

“La comedia era un género que viajaba con más dificultad que el resto, pero ahora parece que nos reímos de las mismas cosas”, comentó en Iberseries & Platino Industria Gloria Saló, directora de consultoría de producción y contenidos de GECA.

Saló puso como ejemplos a la española ‘Poquita fe’, de Movistar Plus+, que tendrá una adaptación en Alemania, o a las británicas ‘Ghosts’ y ‘Ludwig’, que tendrán su versión estadounidense.

También destacó el caso de la serie española de Netflix ‘Machos alfa’, que se ha vendido como formato a varios países europeos, como Francia, Alemania o Países Bajos.

Las series dramáticas, y en concreto el thriller, conforman sin embargo el género con más peso mundial en volumen de producción según el estudio de GECA, que analizó los estrenos globales entre comienzos de septiembre de 2024 y finales de agosto de 2025.

El drama es el predilecto en Reino Unido, donde suelen tener entre seis y ocho episodios. También es lo más producido en mercados como Francia, México, Alemania, España, Italia, Brasil o Colombia.

En el periodo de tiempo analizado, GECA encontró que 125 nuevas series de ficción fueron adaptaciones literarias, siendo una tendencia especialmente fuerte en Reino Unido, donde se adaptan tanto autores clásicos como actuales, destacando títulos como ‘Escandalosas’, ‘Los Hardacre’ y ‘Dept. Q’.

En Italia, se revisan sobre todo a los clásicos con versiones recientes de ‘El Gatopardo’, ‘El conde de Montecristo’ o ‘Sara, la mujer en las sombras’, mientras que en España se han llevado a la pantalla más libros actuales que clásicos (‘Los sin nombre’, ‘Yo, adicto’, ‘¿A qué estás esperando?’, ‘La última noche en Tremor’).

En Francia, en cambio, se han elaborado propuestas diferenciales, como una versión de ‘Los 3 mosqueteros’ en animación, una adaptación de las novelas de Camilla Läckberg ‘Erica’ pero cambiando su ubicación de Suecia a Francia o la adaptación del manga ‘Cat’s Eye’.

En cuanto a las próximas tendencias, Geca apunta a las producciones verticales como uno de los formatos de mayor crecimiento.

No obstante, señalaron que se trata de un boom que está teniendo lugar especialmente en Asia y en América, mientras que en “Europa se queda a medio camino, esperando a ver qué va a pasar”.

“El vídeo vertical no solo cambia la forma de grabación y de visionado, sino también el lenguaje, adaptándose a una nueva estética y forma de contar las historias”, expresó Saló, quien opinó que es “una tendencia que va a continuar en 2025”, pero que “queda mucho por hacer en este nuevo universo narrativo”.

Entre los títulos de contenido vertical que han llamado la atención en el sector aparecen ‘A puerta cerrada’, un documental sobre grandes deportistas y los escándalos que los llevaron a la ruina, o ‘Nacer dos veces’, sobre la comunidad trans.

También otros como ‘Pobre Clarita’, ‘La cocinera que conquistó al presidente’, ‘Duas Faces’ o ‘La noche que cambió todo’. Otro ejemplo reciente es ‘Mi boda es una trampa’, una mininovela estrenada ayer por Canal 13 en Chile.

Sobre la producción de contenido vertical en América Latina, Saló destacó el caso de Colombia, donde en el último año se han producido más series verticales que dramas, comedias o telenovelas.

Álvaro Onieva

30-09-2025

©cveintiuno



The Channel Store, TVUP

Entre los acuerdos recientes destacó la llegada de *El Reino Infantil* a España, a través de Tivify.

Con producción de Fernando Moreno, desde Madrid.

Durante Iberseries, Julián Rodríguez Montero, director de Contenido de Tivify y director de Business Development en The Channel Store, compartió la estrategia que ambas compañías están desarrollando para consolidar el modelo FAST en el mercado español, que consideran abrirá una nueva línea de negocio interesante en la TV paga.

El ejecutivo señaló que el FAST está aportando dinamismo a un ecosistema donde el crecimiento de la TV de pago se ha ralentizado. «En lo que respecta al Pay TV lo vemos bastante frenado, no hay casi crecimiento y el FAST está abriendo una oportunidad para impulsar el negocio del Pay TV. De hecho, nosotros en The Channel Store estamos cerrando un trato con Vodafone y le vamos a entregar 30 canales FAST, con lo cual estamos viendo una tendencia muy fuerte de las Telcos y las empresas de Pay TV de incorporar canales FAST a su oferta de contenidos».

Rodríguez Montero adelantó también que se encuentran en negociaciones para sumar una oferta de canales regionales en España. «Estamos negociando con otra Telco un paquete de canales regionales. Creemos que el FAST va a impulsar una nueva línea de negocios dentro de lo que es el TV paga».

«Lo que estamos haciendo desde Tivify es buscar canales FAST para distribuir en España y desde The Channel Store, que es una plataforma que produce y distribuye canales FAST, estamos buscando oportunidades para crear canales FAST originales para España», explicó.

Entre los acuerdos recientes destacó la llegada de *El Reino Infantil* a España. «Hacía meses que estábamos en negociaciones y finalmente el viernes pasado hemos estrenado el canal, tenemos muchas expectativas de que va a funcionar muy bien».

De cara a la expansión internacional, el ejecutivo anticipó próximos lanzamientos en Latinoamérica. «Pronto vamos a tener novedades de Colombia, de las dos cadenas más importantes; vamos a sumarlas al servicio de Tivify de acá a unas dos o tres semanas».

Las investigaciones periodísticas son “fábricas de generación de IPs”, destaca la directora de LACOproductora



Panel “Ficción documentada: historias basadas en hechos reales”

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA: Las investigaciones periodísticas que realizan grandes medios como El País o la Cadena SER “son fábricas de generación de IPs”, opinó este martes María Jesús Espinosa de los Monteros, directora de LACOproductora.

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.

Y el año pasado Prisa Media adquirió el 100% de la compañía, que busca impulsar la producción y la gestión comercial de productos audiovisuales para terceros y las adaptaciones de los contenidos de los medios del grupo como El País, Cadena SER o As.

“Cuando empezamos a ir a hablar con responsables de plataformas, siempre nos decían que otros productores venían con recortes de El País diciendo que querían adaptar esta historia”, dijo Espinosa de los Monteros durante un panel este martes en Iberseries & Platino Industria.

“Entonces vimos que teníamos que estar ahí”, agregó.

Durante la charla, titulada “Ficción documentada: historias basadas en hechos reales”, la ejecutiva hizo suyas unas palabras que la CEO de The New York Times, Meredith Kopit Levien, dijo a las plataformas de streaming: “Donde vosotros veis historias, yo veo IPs”.

“La transformación de los medios está en eso”, agregó.

Entre los desafíos expuestos por Espinosa de los Monteros en cuanto a la adaptación de trabajos periodísticos, la ejecutiva destacó el debate en torno a quién pertenece la historia una vez publicada y la importancia de las fuentes originales.

“Pero para hacer una buena ficción se necesita algo más. Hace falta una propuesta artística, convertir eso en un relato diferente que se tiene que adaptar al lenguaje audiovisual”, señaló.

En Prisa Media, agregó Espinosa de los Monteros, “tenemos la base previa de la investigación y las fuentes”, pero ahora “estamos creando una nueva estructura para que los periodistas sepan que el recorrido de sus investigaciones puede acabar en un podcast, una serie de ficción o un documental”.

Otro de los retos a la hora de adaptar historias reales al formato audiovisual son las posibles denuncias y litigios que presenten las personas cuyas historias se llevan a la pantalla, tema que también se abordó en el coloquio.

“Reivindico mucho la figura de la asesoría legal y del abogado, no como ese enemigo que no te deja hacer algo, sino como un amigo”, opinó la directora. Para ella, el criterio de un abogado puede ayudar “a encontrar una solución creativa” y llamó a la industria a incluirlos en todo el proceso.

“La ficción tiene que ganar y no podemos hacer relatos artísticos con vocación de trascender siendo amordazados por una serie de prevenciones, más allá de las básicas. Hay que buscar soluciones creativas”, concluyó.

En diálogo con Cveintiuno, Espinosa de los Monteros expresó en tanto que los “thrillers judiciales y políticos” son la próxima gran tendencia en la industria tras el éxito de los true crime.

Y consultada por cómo se retribuye al periodista que ha realizado un trabajo que luego se adapta, explicó que el plan es incluirlos en la labor creativa.

“Lo que hacemos es incorporar desde el principio al periodista en la labor creativa, muchos de ellos como asesores de guion, otros como guionistas y, por supuesto, hay una retribución por su labor específica para la adaptación audiovisual”.

“Depende de cómo sea la historia y depende de cómo se involucre, pero, desde luego, tanto para nosotros como para las plataformas es fundamental que esté el periodista porque es quien tiene la historia completamente dentro y quien tiene acceso a las fuentes”, agregó.

Álvaro Onieva

30-09-2025

©cveintiuno

Sep 29, 2025 10:00pm PT

Iberseries & Platino Industria Embraces Asia and Europe

Eugenio Derbez and family headline the event while the Madrid Audiovisual Cluster will lead talks on AI, focusing on specific cases, production workflows and technical procedures for VFX

By **Anna Marie de la Fuente**



Samuel Castro and Juan Alia (Courtesy of Iberseries)

Madrid-based confab Iberseries & Platino Industria, now on its fifth edition, welcomes South Korea as this year's Country in Focus and has invited the Korea Creative Content Agency (KOCCA) to become a strategic partner.

This groundbreaking alliance reaffirms the annual event's international ambition as it broadens its role to serve as a bridge between Asia, Ibero-America and Europe.

"We've gone from being a transatlantic event to becoming an international one," said co-director Samuel Castro, who handles the TV industry side while co-director Juan Alía manages film. Players from ZDF, RAI and Beta are also among the participants this year.

KOCCA's presence at Iberseries will include pitching sessions, conferences and an exclusive showcase of Korean titles with high global appeal.

"I say this both as a cinephile and as someone who devours series: I believe Korean content has really connected with European and North American audiences. Korean storytelling aligns well with our own content style and I think that can help facilitate content sales, acquisitions and even co-productions," said Castro.

While Iberseries will continue to offer its core programs – co-production forums, pitch sessions, screenings and expert panels – it will be introducing new talks on trends such as remakes and strategies to boost Latin American content's worldwide reach, said Castro.

Meanwhile Mexican comedian-producer Eugenio Derbez will deliver a keynote address and later lead talks on his Prime Video program, "Traveling with the Derbez," now on its fifth season. He caps his visit with a talk alongside "Money Heist" lead Pedro Alonso and the cast of "El Juicio," also produced by his 3Pas Studios, that explores the pursuit of a sexual abuse case.

"We've opened up the programming to include content and platforms that want to discuss unscripted content, with companies led by Mediapro and HBO focusing on unscripted formats – which is something new for us," he said, adding that Iberseries was also hosting a special conference with TikTok, YouTube and Twitch.

"As an event, we need to be ready to offer producers real business opportunities in that evolving space," he reflected.

Another hot-button topic, AI, will also be covered, with the Madrid Audiovisual Cluster, an economic interest group comprising over 100 Madrid-based companies, leading discussions on artificial intelligence. It will focus on specific cases, production workflows and technical procedures for visual effects (VFX).

"The conversation will center on how artificial intelligence can be a useful tool, rather than engaging in the controversy around AI replacing professional jobs," Castro pointed out.

On the film side, Alia observed how the Ibero-American audiovisual industry has undergone a rapid transformation in recent years. "Today, key trends include the consolidation of international co-productions, which help expand audiences and optimize resources; the growing commitment of streaming platforms to locally produced content with global appeal, and the increasing professionalization of creative and technical teams," he said.

Reflecting on the challenges facing Ibero-American filmmakers today, Alía noted that access to financing and sustainable production models remains difficult, especially in an increasingly competitive environment. “Distribution is another key hurdle – ensuring their work reaches both cinemas and streaming platforms to connect with broader audiences,” he noted.

“A further challenge lies in adapting to the evolving dynamics of the global market, which increasingly values diverse voices and the ability to resonate with international audiences without losing local identity,” he observed, adding: “In this context, platforms like Iberseries & Platino Industria play a crucial role. They provide opportunities for co-production, training and visibility, helping creators overcome these barriers and strengthen their presence in the global industry.”

To that end, Iberseries plans to expand training workshops and pitch sessions, as these are among the most in-demand activities for accredited participants, Alía said, adding: “As the event continues to grow, our goal is to offer an increasingly diverse range of options that respond to participants’ needs and help them make the most of their experience at Iberseries.”



La quinta edición de Iberseries & Platino Industria abre sus puertas con grandes estrenos, clases magistrales y foco en la innovación



Más de 2.300 profesionales acreditados de 50 países formarán parte de Iberseries & Platino Industria (EGEDA, Fundación Secuoya, FIPCA), cita que en su 5ª edición ofrecerá más de 130 actividades incluyendo 20 screenings de estrenos exclusivos y 60 paneles de alto nivel con la participación de más de 200 ponentes.

Del 30 de septiembre al 3 de octubre, ejecutivos, creadores, productores, distribuidores, cadenas de televisión, plataformas, estudios, financieros y compradores internacionales se darán cita en la capital para impulsar la colaboración y el desarrollo de la industria de contenidos en español y portugués a nivel global. La mitad de los profesionales acreditados, casi el 50% proceden de fuera de España, lo que demuestra el carácter internacional de esta cita: México, Argentina, Estados Unidos, Colombia, Chile, Perú, Uruguay, Brasil, Corea del Sur, Italia, Alemania, Portugal, Turquía, Ecuador.. Asimismo, estarán representados profesionales de Francia, India, Puerto Rico, Reino Unido, Panamá, Bélgica, Suiza, República Dominicana, Guatemala, Japón, República Checa, Andorra, Canadá, Costa Rica, Finlandia, Hungría, Letonia, Macedonia, Países Bajos, Paraguay, Polonia, Suecia, Venezuela, Bolivia, China, Croacia, Dinamarca, Grecia, Honduras, Irlanda, Islandia, Marruecos y Mónaco.

En total, participarán 1.300 empresas de todo el mundo, lo que supone un incremento del 30% respecto a la edición anterior. Se presentarán más de 130 proyectos en las sesiones de Pitch con Plataformas y Productoras, en el Foro de Coproducción y Financiación, en el Taller de Showrunners y en la convocatoria Methos Media, entre otras acciones de formación y networking, con la participación de cerca de 170 compradores internacionales y más de 40 expositores en el área de mercado MAI y Plaza Matadero.



29 y 30 de septiembre: apertura y primera jornada

El Auditorio de la Casa del Lector de Matadero Madrid acogió la inauguración oficial de Iberseries & Platino Industria, celebrando los cinco años de éxitos del evento y lo que ha supuesto en impacto en el audiovisual iberoamericano e internacional. Participaron en el acto Enrique Cerezo, presidente de EGEDA y de Platino Industria; Raúl Berdonés, presidente de Fundación Secuoya; Ignacio Rey, presidente de FIPCA; Luis Fernando Martín, viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid; y Almudena Maíllo, concejala delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid. La ceremonia ha estado presentada por Yolanda Flores y ha contado con la presencia de destacadas personalidades e instituciones.

El día 30 da inicio la primera jornada de la quinta edición. Entre los temas más señalados del día figuran las nuevas corrientes globales del audiovisual, las estrategias de plataformas y estudios, la financiación de contenidos, la transformación tecnológica, el papel de los territorios como polos de atracción y el talento creativo internacional:

- Tendencias de mercado y negocio: análisis de la evolución del ecosistema europeo (Teleformat – GECA), la estrategia global de Beta Film, Secuoya Studios, Banijay, Telemundo, HBO Max y Disney+.
- Keynotes internacionales: Nicolas Atlan (Gaumont), Sofía Fábregas (Disney+), Luisana Lopilato (actriz y productora).
- Resultados del Plan Spain Audiovisual Hub: medición del impacto del sector audiovisual en los distintos territorios, según la estrategia de Madrid Film Office.
- Creatividad y talento: panel sobre ficción documentada y talleres de showrunners y de legal & business affairs.
- Focus País y Territorio: México como hub audiovisual, la estrategia regional de Film Madrid Region y el programa AMEA, presentación del ecosistema audiovisual de Zaragoza (Distrito 7).
- Innovación y tecnología: drones en el rodaje, aplicación FIPCA Conecta, nuevas métricas de impacto de SPLATAM (Parrot Analytics).
- Financiación y negocio: paneles sobre capital riesgo, atracción de inversores y los 20 años de CREA SGR apoyando el cine español.
- Del guion a la pantalla: Negociar, colaborar, proteger: Taller práctico de Legal & Business Affairs para productores y creadores.

Iberscreenings contará con múltiples ventanas de estrenos y proyecciones exclusivas de Atresmedia, incluyendo títulos como Las hijas de la criada, 33 días, A qué estás esperando y La ruta VOL.2: Ibiza, presentados asimismo en sesiones de mercado junto a sus equipos creativos y ejecutivos.

Las actividades se completan con encuentros sectoriales y espacios de intercambio profesional, impulsando la colaboración cultural y audiovisual entre entre los distintos territorios participantes.



1 de octubre: visión creativa, innovación y coproducción

El miércoles 1 de octubre, Madrid se convierte de nuevo en epicentro del audiovisual iberoamericano con sesiones privadas de networking con ejecutivos de RTVE, México, Chile, Argentina, Italia, KOCCA (Corea) y Grupo iZen, además de desayunos sectoriales como el de OMMA sobre financiación. Entre las ponencias destacan:

- Kai Finke, Chief Content Officer de SkyShowtime, sobre estrategia paneuropea y el rol de España en el ecosistema internacional.
- Spotlight Atresmedia sobre su estrategia de éxito en ficción y entretenimiento.
- Debates sobre coproducción y distribución en Europa con Fremantle, RAI, Secuoya Content Group y Grupo iZen.
- John Altschuler, showrunner de Silicon Valley, y la clase magistral de diseño de producción de Cien años de soledad con Eugenio Caballero y Bárbara Enríquez.
- Presentación de ocho producciones coreanas en Series on Board y panel de HBO Max para América Latina sobre adaptación de grandes IPs.
- Coproducción en la ficción europea: uniendo fuerzas para el futuro, patrocinada por Madrid Film Office.
- Focus Italia: Retos y tendencias del audiovisual, sesión patrocinada por Film Madrid Region.
- Caso de éxito: producción (más) responsable y competitiva en la Comunidad de Madrid, en colaboración con Film Madrid Region.
- Sesión Taller de Inteligencia Artificial aplicada al audiovisual, organizado pro el Clúster Audiovisual de Madrid.

Estrenos y proyecciones para compradores en Iberscreenings: nuevos títulos de RTVE (La frontera, Sin gluten), Prime Video Brasil (primer capítulo de Tremembé), The Mediapro Studio y Wild Sheep Content (Raza Brava), Movistar Plus+ (Los sin nombre y La canción), Mediterráneo Mediaset (La agencia) y la segunda temporada de Es amor?, entre otros.



2 de octubre: adaptaciones, talents, showrunners, financiación y el papel de la inteligencia artificial en el sector audiovisual

El jueves 2 de octubre, la jornada se centra en creatividad, financiación e impacto de la inteligencia artificial en el sector audiovisual:

- Eugenio Derbez abre el día con un keynote sobre su trayectoria y visión creativa en 3Pas Studios, acompañado de un encuentro familiar con Alessandra Rosaldo, Aislinn Derbez, José Eduardo Derbez y Vadhir Derbez, en torno al proyecto De Viaje con los Derbez.
- Spotlight: The Mediapro Studio – Adaptaciones con sello internacional. Análisis sobre desarrollo, adaptación y coproducción de formatos unscripted con foco en Latinoamérica.
- Conferencias como Arquitectos de la creación: Showrunners con creadores de Chile, España y Dinamarca, patrocinada por Madrid Film Office y presentaciones exclusivas en Iberscreenings de Segunda Ventana de Querer y La vida breve (Movistar+), y Cometierra de Prime Video.
- Debate central sobre inteligencia artificial: mesas redondas con TikTok, YouTube y Twitch, abordando derechos de autor y economía de la atención.
- Lanzamiento del fondo de inversión Be&Jing1 Capital y análisis del papel de Madrid y Medellín como polos estratégicos del sector.
- Panel sobre la serie El Juicio, con Eugenio Derbez y Pedro Alonso y Alonso Aguilar (Amazon Studios).
- Pitch de proyectos en desarrollo vinculados con la ciudad de Madrid y con apoyo de su Ayuntamiento. Sesión organizada en colaboración con Madrid Film Office.
- Comunidad de Madrid: Escenario de inversión, organizada en colaboración con Film Madrid Region.



3 de octubre: estrenos, liderazgo femenino, cine y educación, empleo y sesión de los Premios Platino

La jornada final del viernes combina estrenos exclusivos, última sesión del Taller de Showrunners y temáticas sobre propiedad intelectual, un panel sobre los Premios Platino, encuentros académicos de Platino Educa y clausura institucional:

- Conferencia Premios Platino del Cine y el Audiovisual Iberoamericano.
- Presentación del primer y segundo capítulo de Isla Oculta (Chile) y un avance de la serie documental Corazón Americano, que recorre el patrimonio natural de siete países latinoamericanos.
- Paneles sobre inteligencia artificial en la gestión del talento (Platino Empleo) y modelos innovadores de propiedad intelectual (El Clan Olimpia).
- Encuentros académicos de Platino Educa y la Cátedra Nebrija (CIMUED) sobre liderazgo femenino en series y adaptaciones literarias como fuente de inspiración.
- Sesión de clausura a cargo de Madrid Film Office e Iberseries & Platino Industria.



El MAI refuerza su proyección internacional

El Mercado Audiovisual Internacional se consolida con su apertura global en uno de los puntos claves de encuentro del sector audiovisual en Iberoamérica, con una destacada participación, un año más, de México, Colombia, Chile, Argentina, Italia y, por primera vez, Corea, siendo Contry in Focus de la edición, y Turquía, a través de Inter Medya, una de las compañías líderes a nivel mundial en la provisión de contenidos turcos.

También estarán presentes delegaciones de China e India, esta última representada además por su Embajada.

El MAI se configura como un espacio de convergencia y networking para la promoción de marca de organismos, asociaciones, comisiones de filmaciones, productoras, distribuidoras, empresas de servicios a la producción e instituciones gubernamentales. Su objetivo es fomentar la creación de sinergias, impulsar la comercialización de nuevos contenidos, favorecer el cierre de acuerdos y abrir nuevas oportunidades de colaboración internacional, reafirmando así su papel estratégico como escaparate internacional para la industria audiovisual, impulsando la cooperación y el intercambio entre los distintos agentes del sector.

En la zona expositiva del Mercado Audiovisual Internacional estarán presentes ProColombia, Argentina Audiovisual, EGEDA México – Stage México (en su tercera participación), Embajada de la India, EGEDA Perú, Cinema Chile, EGEDA Brasil, Asociación de las Industrias Cinematográficas Iberoamérica-China (AICIC), Asociación de Productores de España (AECINE, EPE-IBAIA, PAC, PATE, PIAF), Con un Pack, Platino Empleo, Almarae, ECAM, Seriella Productions, EFD Studios, The Pipe Gabeiras, CREA SGR, Aluzine, Sego Creative, Airmedia, Andersen, Ibermedia, Tesiyap, Madrid Turismo – Madrid Film Office, Carrillo Cultura y KOCCA (Korea Creative Content Agency), a través de su marca Series on Board.

Por su parte, en Plaza Matadero, espacio privilegiado para presentaciones corporativas, participarán el Pabellón EGEDA, Pabellón Secuoya Studios, Atresmedia Sales, Clúster Audiovisual de Madrid, Inter Medya, Movistar Plus+ International y OM-MA.

Los profesionales acreditados pueden consultar el directorio de participantes desde la plataforma virtual, así como la programación completa del evento, disponible también en la web oficial.

Por REDACCION • 30 Sep, 2025

TIVÙ

Arranca la 5ª edición de Iberseries & Platino Industria con 2.300 profesionales de 50 países

Iberseries & Platino Industria inaugura su quinta edición con una programación que incluye grandes estrenos, conferencias magistrales de figuras internacionales y un foco especial en innovación y financiación.

Fernando Garcia Martin 30 septiembre 2025



Hoy, martes 30 de septiembre, comienza en Matadero Madrid la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, el mayor encuentro profesional del audiovisual iberoamericano, que se celebrará hasta el viernes 3 de octubre. El evento está promovido por EGEDA y Fundación Secuoya, en colaboración con FIPCA y con el apoyo de la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid, además del patrocinio de Madrid Film Office y Film Madrid Region.

Durante cuatro días, más de 2.300 profesionales acreditados de 50 países —entre ejecutivos, creadores, productores, distribuidores, cadenas de televisión, plataformas, estudios, financieros y compradores internacionales— se darán cita en la capital española para fortalecer la colaboración y el desarrollo de la industria de contenidos en español y portugués a nivel global.

La dimensión internacional del evento se refleja en que casi el 50% de los participantes procede de fuera de España, destacando delegaciones de México, Argentina, Estados Unidos, Colombia, Chile, Perú, Uruguay, Brasil, Corea del Sur, Italia, Alemania, Portugal, Turquía y Ecuador, además de España como país

anfitrión. En total, participarán 1.300 empresas, lo que supone un incremento del 30% respecto a la edición anterior.

La programación reunirá a los principales referentes de la industria con más de 130 actividades: se celebrarán 20 screenings de estrenos exclusivos, alrededor de 60 paneles (entre conferencias, keynotes y spotlights) con más de 200 ponentes, y se presentarán más de 130 proyectos en diferentes espacios, como las sesiones de Pitch con Plataformas y Productoras, el Foro de Coproducción y Financiación, el Taller de Showrunners y la convocatoria Methos Media. El área de mercado MAI y Plaza Matadero acogerán a más de 40 expositores, con la presencia de 170 compradores internacionales.

29 y 30 de septiembre: apertura y primera jornada

El Auditorio de la Casa del Lector de Matadero Madrid acogió ayer la inauguración oficial de Iberseries & Platino Industria, celebrando los cinco años de éxitos del evento y lo que ha supuesto en impacto en el audiovisual iberoamericano e internacional.

Participaron en el acto Enrique Cerezo, presidente de EGEDA y de Platino Industria; Raúl Berdonés, presidente de Fundación Secuoya; Ignacio Rey, presidente de FIPCA; Luis Fernando Martín, consejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid; y Almudena Maíllo, concejala delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid. La ceremonia ha estado presentada por Yolanda Flores y ha contado con la presencia de destacadas personalidades e instituciones.

Hoy da inicio la primera jornada de la quinta edición. Entre los temas más señalados del día figuran las nuevas corrientes globales del audiovisual, las estrategias de plataformas y estudios, la financiación de contenidos, la transformación tecnológica, el papel de los territorios como polos de atracción y el talento creativo internacional:

- Tendencias de mercado y negocio: análisis de la evolución del ecosistema europeo (Teleformat – GECA), la estrategia global de Beta Film, Secuoya Studios, Banijay, Telemundo, HBO Max y Disney+.
- Keynotes internacionales: Nicolas Atlan (Gaumont), Sofía Fábregas (Disney+), Luisana Lopilato (actriz y productora).
- Resultados del Plan Spain Audiovisual Hub: medición del impacto del sector audiovisual en los distintos territorios, según la estrategia de Madrid Film Office.
- Creatividad y talento: panel sobre ficción documentada y talleres de showrunners y de legal & business affairs.
- Focus País y Territorio: México como hub audiovisual, la estrategia regional de Film Madrid Region y el programa AMEA, presentación del ecosistema audiovisual de Zaragoza (Distrito 7).
- Innovación y tecnología: drones en el rodaje, aplicación FIPCA Conecta, nuevas métricas de impacto de SPLATAM (Parrot Analytics).
- Financiación y negocio: paneles sobre capital riesgo, atracción de inversores y los 20 años de CREA SGR apoyando el cine español.

- Del guion a la pantalla: Negociar, colaborar, proteger: Taller práctico de Legal & Business Affairs para productores y creadores.

Iberscreenings contará con múltiples ventanas de estrenos y proyecciones exclusivas de Atresmedia, incluyendo títulos como Las hijas de la criada, 33 días, A qué estás esperando y La ruta VOL.2: Ibiza, presentados asimismo en sesiones de mercado junto a sus equipos creativos y ejecutivos.

Las actividades se completan con encuentros sectoriales y espacios de intercambio profesional, impulsando la colaboración cultural y audiovisual entre los distintos territorios participantes.

1 de octubre: visión creativa, innovación y coproducción

El miércoles 1 de octubre, Madrid se convierte de nuevo en epicentro del audiovisual iberoamericano con sesiones privadas de networking con ejecutivos de RTVE, México, Chile, Argentina, Italia, KOCCA (Corea) y Grupo iZen, además de desayunos sectoriales como el de OMMA sobre financiación. Entre las ponencias destacan:

- Kai Finke, Chief Content Officer de SkyShowtime, sobre estrategia paneuropea y el rol de España en el ecosistema internacional.
- Spotlight Atresmedia sobre su estrategia de éxito en ficción y entretenimiento.
- Debates sobre coproducción y distribución en Europa con Fremantle, RAI, Secuoya Content Group y Grupo iZen.
- John Altschuler, showrunner de Silicon Valley, y la clase magistral de diseño de producción de Cien años de soledad con Eugenio Caballero y Bárbara Enríquez.
- Presentación de ocho producciones coreanas en Series on Board y panel de HBO Max para América Latina sobre adaptación de grandes IPs.
- Coproducción en la ficción europea: uniendo fuerzas para el futuro, patrocinada por Madrid Film Office.
- Focus Italia: Retos y tendencias del audiovisual, sesión patrocinada por Film Madrid Region.
- Caso de éxito: producción (más) responsable y competitiva en la Comunidad de Madrid, en colaboración con Film Madrid Region.
- Sesión Taller de Inteligencia Artificial aplicada al audiovisual, organizado por el Clúster Audiovisual de Madrid.

Estrenos y proyecciones para compradores en Iberscreenings: nuevos títulos de RTVE (La frontera, Sin gluten), Prime Video Brasil (primer capítulo de Tremembé), The Mediapro Studio y Wild Sheep Content (Raza Brava), Movistar Plus+ (Los sin nombre y La canción), Mediterráneo Mediaset (La agencia) y la segunda temporada de Es amor?, entre otros.

2 de octubre: adaptaciones, talents, showrunners, financiación y el papel de la inteligencia artificial en el sector audiovisual

- El jueves 2 de octubre, la jornada se centra en creatividad, financiación e impacto de la inteligencia artificial en el sector audiovisual:

- Eugenio Derbez abre el día con un keynote sobre su trayectoria y visión creativa en 3Pas Studios, acompañado de un encuentro familiar con Alessandra Rosaldo, Aislinn Derbez, José Eduardo Derbez y Vadhir Derbez, en torno al proyecto De Viaje con los Derbez.
- Spotlight: The Mediapro Studio – Adaptaciones con sello internacional. Análisis sobre desarrollo, adaptación y coproducción de formatos unscripted con foco en Latinoamérica.
- Conferencias como Arquitectos de la creación: Showrunners con creadores de Chile, España y Dinamarca, patrocinada por Madrid Film Office y presentaciones exclusivas en Iberscreenings de Segunda Ventana de Querer y La vida breve (Movistar+), y Cometierra de Prime Video.
- Debate central sobre inteligencia artificial: mesas redondas con TikTok, YouTube y Twitch, abordando derechos de autor y economía de la atención.
- Lanzamiento del fondo de inversión Be&Jing1 Capital y análisis del papel de Madrid y Medellín como polos estratégicos del sector.
- Panel sobre la serie El Juicio, con Eugenio Derbez y Pedro Alonso y Alonso Aguilar (Amazon Studios).
- Pitch de proyectos en desarrollo vinculados con la ciudad de Madrid y con apoyo de su Ayuntamiento. Sesión organizada en colaboración con Madrid Film Office.
- Comunidad de Madrid: Escenario de inversión, organizada en colaboración con Film Madrid Region.

3 de octubre: estrenos, liderazgo femenino, cine y educación, empleo y sesión de los Premios Platino

- La jornada final del viernes combina estrenos exclusivos, última sesión del Taller de Showrunners y temáticas sobre propiedad intelectual, un panel sobre los Premios Platino, encuentros académicos de Platino Educa y clausura institucional:
- Conferencia Premios Platino del Cine y el Audiovisual Iberoamericano.
- Presentación del primer y segundo capítulo de Isla Oculta (Chile) y un avance de la serie documental Corazón Americano, que recorre el patrimonio natural de siete países latinoamericanos.
- Paneles sobre inteligencia artificial en la gestión del talento (Platino Empleo) y modelos innovadores de propiedad intelectual (El Clan Olimpia).
- Encuentros académicos de Platino Educa y la Cátedra Nebrija (CIMUED) sobre liderazgo femenino en series y adaptaciones literarias como fuente de inspiración.
- Sesión de clausura a cargo de Madrid Film Office e Iberseries & Platino Industria.

El MAI refuerza su proyección internacional

El Mercado Audiovisual Internacional se consolida con su apertura global en uno de los puntos claves de encuentro del sector audiovisual en Iberoamérica, con una destacada participación, un año más, de México, Colombia, Chile, Argentina, Italia

y, por primera vez, Corea, siendo Contry in Focus de la edición; y Turquía, a través de Inter Medya, una de las compañías líderes a nivel mundial en la provisión de contenidos turcos. También estarán presentes delegaciones de China e India, esta última representada además por su Embajada.

El MAI se configura como un espacio de convergencia y networking para la promoción de marca de organismos, asociaciones, comisiones de filmaciones, productoras, distribuidoras, empresas de servicios a la producción e instituciones gubernamentales.

Su objetivo es fomentar la creación de sinergias, impulsar la comercialización de nuevos contenidos, favorecer el cierre de acuerdos y abrir nuevas oportunidades de colaboración internacional, reafirmando así su papel estratégico como escaparate internacional para la industria audiovisual, impulsando la cooperación y el intercambio entre los distintos agentes del sector.

En la zona expositiva del Mercado Audiovisual Internacional estarán presentes ProColombia, Argentina Audiovisual, EGEDA México – Stage México (en su tercera participación), Embajada de la India, EGEDA Perú, Cinema Chile, EGEDA Brasil, Asociación de las Industrias Cinematográficas Iberoamérica-China (AICIC), Asociación de Productores de España (AECINE, EPE-IBAIA, PAC, PATE, PIAF), Con un Pack, Platino Empleo, Almarae, ECAM, Seriella Productions, EFD Studios, The Pipe Gabeiras, CREA SGR, Aluzine, Segó Creative, Airmedia, Andersen, Ibermedia, Tesiyap, Madrid Turismo – Madrid Film Office, Carrillo Cultura y KOCCA (Korea Creative Content Agency), a través de su marca Series on Board.

Por su parte, en Plaza Matadero, espacio privilegiado para presentaciones corporativas, participarán el Pabellón EGEDA, Pabellón Secuoya Studios, Atresmedia Sales, Clúster Audiovisual de Madrid, Inter Medya, Movistar Plus+ International y OM-MA.

Iberseries & Platino Industria 2025 se reafirma como el epicentro del audiovisual iberoamericano, un espacio de reflexión, negocio, creatividad y colaboración internacional que reúne a los principales actores del sector en una experiencia única de innovación, talento y coproducción.

Los profesionales acreditados pueden consultar el directorio de participantes desde la plataforma virtual, así como la programación completa del evento, disponible también en la web oficial.

El evento cuenta con Movistar Plus y KOCCA / Series on Board como Gold Sponsors; con Atresmedia Sales, OM-MA, Clúster Audiovisual de Madrid e ICEX España Exportación e Inversiones como Silver Partners, y con Deadline, El País, The Core, Mrs. Greenfilm, CaixaBank, Mahou, Spain Film Commission, Berlinale Series Market, Rio2C, FICCI, Blood Window, BIF Market y SerienCamp como Partners.

The Hollywood Reporter, Variety, Cveintiuno, Screen International, TIVÚ, TTV News, PRODU, Televisa Univision, Audiovisual 451, Latam Cinema, Rubik Audiovisual, Señal News, The Daily TV, Cineytele, Newline Report y Format.Biz son

Media Support. La actividad está apoyada por ICAA y Ministerio de Cultura de España.



C. de Madrid acoge Iberseries & Platino Industria, principal encuentro profesional del sector audiovisual iberoamericano



C. de Madrid acoge Iberseries & Platino Industria, principal encuentro profesional del sector audiovisual iberoamericano
COMUNIDAD DE MADRID / Europa Press

MADRID, 29 (EUROPA PRESS)

La Comunidad de Madrid acoge esta semana Iberseries & Platino Industria 2025, principal encuentro profesional del sector audiovisual iberoamericano, que se celebrará en el centro cultural Matadero de la capital hasta este viernes.

La concejala delegada de Turismo, Almudena Maíllo, ha inaugurado en la tarde de este lunes el evento, que ha reunido a plataformas, creativos, cadenas de televisión, productores, distribuidores, compradores, financieros y otros agentes del sector audiovisual.

El vicepresidente de Cultura, Turismo y Deporte, Luis Martín, ha asistido a la presentación de esta cita, que contará con conferencias y exhibiciones donde se abordarán los principales retos a los que se enfrenta actualmente la industria del cine y el audiovisual.

Organizada por FIPCA (Federación Iberoamericana de Productores Cinematográficos y Audiovisuales), EGEDA y Fundación Secuoya, con el apoyo del Ejecutivo autonómico, este foro convertirá a la región en un referente internacional de la producción en español y portugués.

Madrid se ha consolidado como uno de los principales polos audiovisuales de Europa. La relevancia de este sector en la economía y el empleo regional es más del doble que la media nacional.

En 2024 generó más de 7.200 millones de euros y una aportación al PIB del 2,6%. Según los datos disponibles de 2025, hasta el mes de agosto se han llevado a cabo cerca de 500 filmaciones, que abarcan desde campañas publicitarias hasta largometrajes, series y cortos.

Por su parte, Maíllo ha destacado que “Iberseries & Platino Industria es la gran ventana internacional de la industria audiovisual iberoamericana y el mayor evento de este ámbito celebrado en Madrid”, y ha insistido en la importancia de esta cita para la “proyección de la ciudad como capital audiovisual” y la conexión “con los grandes centros de creación en español y portugués”.

ACTIVIDADES ORGANIZADAS Y PATROCINADAS POR MADRID FILM OFFICE

A través de Madrid Film Office, el Ayuntamiento de Madrid tendrá una gran presencia en la programación de esta cita audiovisual. El martes, 30 de septiembre, arrancará el taller de showrunners dirigido a profesionales que cuenten con un proyecto de serie que deseen mejorar, mediante la tutorización y el seguimiento de reconocidos productores ejecutivos del sector.

El mismo martes, de 12:30 horas a 13:00 h, la oficina es una de las organizadoras de la conferencia 'Resultados del Plan Spain Audiovisual Hub (2021-2024): conocer para impulsar', con la participación de la directora general de Ordenación de los Servicios de Digitalización y de Comunicación Audiovisual.

El miércoles, 1 de octubre, a las 16:00 h, Madrid Film Office patrocina la mesa 'Coproducción en la Ficción Europea: uniendo fuerzas para el futuro', donde se explorará el panorama de la coproducción europea de la mano de ejecutivos del sector de la financiación y la producción de España, Italia, Francia y Polonia.

El jueves, 2 de octubre, la oficina ha organizado por la mañana un desayuno de trabajo con agentes relevantes del sector para darles a conocer el alcance y las posibilidades de la industria audiovisual madrileña y la ciudad como escenario de rodajes, estableciendo sinergias para el futuro.

Ese mismo día, de 11:15 h a 12:00 h, se desarrollará la mesa 'Arquitectos de la creación: showrunners', en la que se expondrán estrategias de creadores de distintos países para crear historias que generen interés en el espectador, ahondando en sus métodos de trabajo y las claves de su inspiración.

También, durante la jornada del jueves, tendrá lugar el evento 'Pitch Madrid', una sesión para la presentación de proyectos de serie y largometraje madrileños en etapa de desarrollo, donde participarán seis proyectos seleccionados en colaboración con la Asociación Madrileña Audiovisual (AMA), la Plataforma de Nuevos Realizadores (PNR) y el centro formativo madrileño The Core.

El Ayuntamiento de Madrid dispondrá de un Punto de Información Turística para invitar a los asistentes a conocer mejor la ciudad durante su estancia, y promocionar la extensa oferta de rutas y experiencias de turismo de pantalla disponibles en Madrid, línea de trabajo destacada del Área Delegada de Turismo del Ayuntamiento, en la que está adscrita la oficina.

MADRID, CIUDAD DE SERIES

Madrid se ha consolidado como uno de los principales centros de producción de contenidos de Europa, con un incremento anual de proyectos rodados en la ciudad. Entre enero y julio de este año, el Ayuntamiento ha gestionado más de 636 proyectos de media, entre ellos, 46 películas de ficción (lo que supera a la cifra de 41 largometrajes del año pasado), 33 series y más de 264 anuncios. Muchos de estos proyectos han contado durante sus fases de preproducción, producción y promoción con el apoyo de Madrid Film Office.

Por otro lado, se siguen rodando en Madrid coproducciones internacionales con países iberoamericanos: Ceniza en la boca (Diego Luna), Hasta el fin del mundo (Emiliano Castro Vizcarra) o Los futbolísimos y el misterio del tesoro pirata (Jorge Blas).

A ellas se suman series rodadas en Madrid como Bellas artes (Disney+ y Movistar Plus+), Custoria repartida (Disney+), Montecristo (Vix), Santo (Netflix), Isla Brava (Disney+ y Movistar Plus+), La increíble historia de Julia Pastrana (Disney+), Las pelotaris 1926 (Vix), Los artistas (Vix), El inmortal (Movistar Plus+) o Reina Roja (Prime Video).



IBERSERIES PLATINO INDUSTRIA

El evento presentó este lunes 29 de septiembre la inauguración oficial de su nueva edición, que se llevará a cabo hasta el viernes 3 de octubre en Matadero, Madrid.

Este lunes 29 de septiembre, el Auditorio de la Casa del Lector de Matadero Madrid ha acogido la inauguración oficial de Iberseries & Platino Industria, celebrando los cinco años de éxitos del evento y lo que ha supuesto en impacto en el audiovisual iberoamericano e internacional.

Han intervenido Enrique Cerezo, presidente de EGEDA y de Platino Industria; Raúl Berdonés, presidente de Fundación Secuoya; Ignacio Rey, presidente de FIPCA; Luis Fernando Martín, viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid; y Almudena Maíllo, concejala delegada de Turismo del Ayuntamiento de Madrid. La ceremonia ha estado presentada por Yolanda Flores y ha contado con la presencia de destacadas personalidades e instituciones.

Enrique Cerezo señaló que la industria vive «una época dorada» y cifró en 1.196 los estrenos iberoamericanos en 2024 (627 ficción, 407 documental, 15 animación y 147 series), con creciente proyección internacional y mayor presencia en mercados como Estados Unidos y Europa.

Raúl Berdonés subrayó la vocación de mercado y punto de encuentro de Iberseries & Platino Industria: «nace para tender puentes entre territorios, lenguas, culturas y modelos de producción y anticipar cambios constantes del sector».

Reivindicó el foro como plataforma global que hoy conecta Estados Unidos, Latinoamérica y Asia, y como espacio de diálogo entre talento y empresas para impulsar colaboraciones internacionales y nuevos modelos de negocio.

Ignacio Rey advirtió sobre la situación crítica de Ibermedia: recibe solicitudes que multiplican por diez su presupuesto y pidió a los gobiernos multiplicar al menos por cinco los fondos en los próximos años. Como productor argentino hizo un llamado a las autoridades de su país para evitar el cierre de Cine.ar, clave para la memoria audiovisual.

Desde la Comunidad de Madrid, Luis Fernando Martín Izquierdo destacó que el audiovisual supone ya el 2,6% del PIB regional, con 3.500 empresas y 30.000 profesionales. «Cada rodaje, cada producción, sitúa a Madrid en las pantallas de todo el mundo y hoy, gracias a la colaboración y misión conjunta con el sector y con el Ayuntamiento de Madrid, podemos afirmar que nuestra región es un hub audiovisual más competitivo y de referencia a nivel mundial».

Anunció un plan estratégico con más ayudas a producción y coproducción, promoción internacional, captación de inversiones y apoyo al talento e innovación, en un marco jurídico estable.

La concejala Almudena Maíllo remarcó a Madrid como hub audiovisual europeo y puente natural con Iberoamérica y aseguró que en una década la ciudad duplicó los rodajes: de 20 películas y 30 temporadas al año a más de 40 películas y 70 temporadas. Entre enero y julio se registraron más de 630 rodajes (46 largos y 33 series) y más de 40 coproducciones en tres años con países como Argentina, México o Perú. «Conquistamos audiencias globales sin renunciar a nuestra identidad», afirmó.

El evento está promovido por EGEDA y Fundación Secuoya, en colaboración con FIPCA, con el apoyo de la Comunidad de Madrid y el Ayuntamiento de Madrid. Además, cuenta con el patrocinio de Madrid Film Office y Film Madrid Región.

Durante cuatro jornadas, más de 2.300 profesionales acreditados de 50 países –entre ejecutivos, creadores, productores, distribuidores, cadenas de televisión, plataformas, estudios, financieros y compradores internacionales– se darán cita en la capital para impulsar la colaboración y el desarrollo de la industria de contenidos en español y portugués a nivel global.

La mitad de los profesionales acreditados, casi el 50% proceden de fuera de España, lo que demuestra el carácter internacional de esta cita.

El mayor número de profesionales procede de España, México, Argentina, Estados Unidos, Colombia, Chile, Perú, Uruguay, Brasil, Corea del Sur, Italia, Alemania, Portugal, Turquía y Ecuador.

Asimismo, estarán representados profesionales de Francia, India, Puerto Rico, Reino Unido, Panamá, Bélgica, Suiza, República Dominicana, Guatemala, Japón, República Checa, Andorra, Canadá, Costa Rica, Finlandia, Hungría, Letonia, Macedonia, Países Bajos, Paraguay, Polonia, Suecia, Venezuela, Bolivia, China, Croacia, Dinamarca, Grecia, Honduras, Irlanda, Islandia, Marruecos y Mónaco.

En total, participarán 1.300 empresas de todo el mundo, lo que supone un incremento del 30% respecto a la edición anterior.

La programación, que reúne a los principales referentes de la industria, incluye más de 130 actividades, entre ellas, se llevarán a cabo 20 screenings de estrenos exclusivos, 60 paneles (conferencias, keynotes y spotlights) de alto nivel con la participación de más de 200 ponentes.

Se presentarán más de 130 proyectos en las sesiones de Pitch con Plataformas y Productoras, en el Foro de Coproducción y Financiación, en el Taller de Showrunners y en la convocatoria Methos Media, entre otras acciones de formación y networking, con la participación de más de 160 compradores internacionales y más de 30 expositores en el área de mercado MAI y Plaza Matadero.

EUROPA PRESS

FÚTBOL

LaLiga suma más de 1.600 sentencias condenatorias contra establecimientos de hostelería por emisión ilegal de partidos



Archivo - Seguidores marroquíes siguen el partido de fútbol del Mundial de Catar, en el bar Al Bahía, a 17 de diciembre de 2022, en Madrid (España).

MADRID, 30 Sep. (EUROPA PRESS) -

LaLiga anunció este martes que ha superado las 1.600 sentencias condenatorias obtenidas frente a establecimientos del sector HORECA que emitían partidos de la competición nacional de manera fraudulenta e ilegal, según un comunicado de la patronal.

De esta forma, los juzgados refrendan el carácter penal de la piratería en establecimientos hosteleros, los cuales "contribuyen a que la industria del fútbol nacional pierda entre 600 y 700 millones de euros al año", según cálculos de LaLiga.

Desde enero de 2019, la patronal introdujo en su estrategia antipiratería las denuncias por la vía penal contra establecimientos de hostelería y restauración que ofrecían a sus clientes retransmisiones de fútbol pirata.

De esta forma, en julio de 2024, se informó de la obtención de las primeras mil sentencias conseguidas por la patronal del fútbol español frente a establecimientos públicos piratas, detectados gracias a la labor del trabajo de verificación realizado por auditores de LaLiga, quienes documentan presencialmente la existencia de fraude audiovisual. Durante el último año se han obtenido 611 nuevas sentencias.

Por esta razón, coincidiendo con el inicio de la temporada 2025-26, LaLiga Bares puso en marcha un canal de denuncias anónimo para que hosteleros que desean competir en igualdad de circunstancias y consumidores en general puedan denunciar a los establecimientos que están infringiendo la ley.

Los establecimientos de hostelería que ofrecen a sus clientes emisiones de eventos deportivos pueden aumentar la afluencia de público un 50%, mientras que el consumo por cliente durante una retransmisión puede aumentar hasta un 40%, según LaLiga.

"Emitir los contenidos de LaLiga de manera legal protege la inversión de los empresarios en el canal HORECA, garantiza que los establecimientos cumplen con la normativa de derechos audiovisuales y ofrece una experiencia al cliente de calidad y sin interrupciones", destacó el comunicado, que resaltó también una disminución de la piratería de sus contenidos de un 60% durante la temporada 2024-25.



El laberinto del basket en televisión

Retransmisión.
 La entrada de Prime Video y DAZN como nuevos operadores provoca que el deporte de la canasta en la pantalla esté más dividido que nunca

XABIER MANZANARES



Estreno en Dubai. Los jugadores del Dubai Basketball cierran el rebote en el partido de su debut en la Euroliga, ayer ante el Partizan en Emiratos. EFE

El aficionado que quiera ver baloncesto por televisión deberá suscribirse a varias plataformas. La entrada de nuevos operadores como Prime Video y DAZN ha provocado que la oferta televisiva de este deporte esté más fragmentada que nunca. Habrá que rascarse el bolsillo.

La ACB, en DAZN y RTVE. La gran novedad es el fin del acuerdo entre la Liga Endesa y Movistar+ sobre los derechos de emisión de la ACB. Tras varios años bajo suscripción y sin partidos en abierto, los clubes han decidido cambiar de rumbo y traspasar la retransmisión a DAZN. La otra gran noticia, demandada por los equipos y la afición, es que el baloncesto volverá a verse en abierto: RTVE emitirá un partido a la semana en alguno de sus canales, mientras que las autonómicas —de momento la catalana y la valenciana— también ofrecerán encuentros en sus parrillas. Se espera que la Copa del Rey o los pla-

yoff también se puedan ver en abierto en TVE.

La NBA, en DAZN y Prime Video. La NBA se verá por primera vez en Prime Video, la plataforma de Amazon. Hasta ahora en España la NBA se veía en exclusiva en Movistar+, pero este año llega Prime Video, como parte de un acuerdo global hasta 2036. Prime Video emitirá 67 partidos (47 confirmados + 20 por anunciar), la Emirates NBA Cup 2025, seis partidos en exclusiva del Play-In (que determina los dos últimos clasificados para los playoffs de cada Conferencia), un tercio de los encuentros de playoffs, las finales de conferencia y la gran final. El primer partido que emitirán será el que jugarán Celtics y Knicks el próximo día 25.

Además, tras varias semanas de incertidumbre, el 15 de septiembre se hizo oficial el acuerdo con DAZN para que esta plataforma también emita partidos

de la NBA esta temporada. El fin del matrimonio NBA-Movistar supone también la despedida de sus dos referentes: Antoni Daimiel y Guille Giménez.

DAZN ofrecerá partidos de la NBA en directo y a la carta, tanto de la fase regular como de la serie final, a partir del 21 de este mes. La oferta incluye los planes Baloncesto (ACB, NBA, NFL, Nascar) a un precio de 9,99 euros/mes, Made in USA (NBA, NFL, Nascar), a 4,99 euros/mes y Premium (todos los deportes mencionados) a 31,99 euros/mes.

La Euroliga, en Movistar+. La Euroliga seguirá viéndose en Movistar. El aficionado tendrá que ser cliente de Movistar en fibra y móvil, contratar la televisión y después pagar el paquete de Deportes. Dicha operadora también tiene los derechos de la Eurocup, segunda competición de la Euroliga, en la que esta temporada sólo habrá un equipo de la ACB, el BAXI Manresa de Barcelona.

La Champions, en DAZN. La competición de la FIBA en la que compite el Unicaja, Tenerife, Joventut y Gran Canaria se podrá ver en la plataforma de pago Courtside 1891, integrada en DAZN.

Primera FEB, en LaLiga+. A Gipuzkoa Basket se le podrá ver de manera íntegra en LaLiga+, plataforma de pago que emite diferentes competiciones deportivas.

Liga femenina Endesa. Un partido en cada jornada se podrá ver los domingos a las 11 horas en Teledporte. El IDK Euskotren no está programado en ninguno de la primera vuelta. Se mantiene la emisión semanal en AStv con nuevo horario (13 horas). Uno de los encuentros más atractivos de cada jornada se podrá ver streaming en la cuenta de Youtube @BaloncestoESP y en la totalidad de partidos de la competición podrán seguirse tanto en CanalFEB como en Youtube, de manera gratuita.

LIGA ENDESA

El acuerdo entre DAZN y RTVE está todavía por firmar a cuatro días del comienzo de la Liga

La ACB confía en que se concrete antes del fin de semana

Juan Calderón Málaga Martes, 30 de septiembre 2025, 23:50



Víctor Claver, Fran Guillén, Leyre Barriocanal y Pablo Laso, el equipo de comentaristas de DAZN. ACB FOTOS

La gran novedad del baloncesto televisado esta temporada en España ha sido la entrada en escena de DAZN en sustitución de Movistar. La clave de ese acuerdo estuvo en que contemplaba la emisión de un partido en abierto, bien su propia plataforma o bien vendiendo los derechos de ese encuentro a otro canal.

Movistar realizó una oferta a la baja respecto a lo que había ofertado en el anterior contrato y la propuesta de DAZN no era muy distante. La primera no dio opción a los encuentros en abierto, mientras que la segunda, consciente de

que podía ser el factor diferencia, sí. Los clubes de la Liga ACB entendieron que necesitaban ampliar la proyección del baloncesto y se decantaron por la propuesta de DAZN.

Teóricamente, ese encuentro que se ofrecerá en abierto los domingos a las 12.30 horas será ofrecido por Televisión Española en Teledeporte o La2. Sin embargo, fuentes de la ACB confirmaron que todavía no se ha firmado, de ahí que en la parrilla del fin de semana no aparezca ningún encuentro ofrecido por Televisión Española y tampoco por parte de TV3, la autonómica de Cataluña, que también entrará en la emisión de partidos.

Algunas fuentes dieron por hecho que este mismo fin de semana comenzarán los partidos en abierto y señalaron que las diferencias para cerrar el acuerdo estaba en la duración del mismo, algo que tiene una derivación política y que estaría vinculado a la continuidad del actual Gobierno.

La ACB celebra hoy una asamblea y se espera que los clubes reciban información de en qué estado se encuentra este acuerdo que se dio por hecho meses atrás, pero que, a cuatro días para el comienzo de la Liga, todavía no está firmado.



1 Octubre, 2025

ENFOQUE

EL DEPORTE EN DIRECTO, MOTOR DEL *STREAMING*

*El deporte en directo ha sido y será fundamental para atraer a los suscriptores a las plataformas de streaming, impulsando a servicios como **DAZN**, Netflix o Movistar Plus+ a invertir en derechos y contenidos exclusivos con el objetivo de fidelizar a los usuarios y monetizar competiciones como el fútbol*

por Jordi Casanova



Un reciente informe de Kantar reveló que 1 de cada 5 nuevos suscriptores globales de *streaming* se une principalmente por interés en deportes, y se proyecta que para este mismo año casi 2 de cada 5 buscarán contenido deportivo. Y es que, de forma progresiva, las estrategias de las

diferentes plataformas, incluso las más reacias como Netflix, pasa por potenciar sus contenidos deportivos. Y en nuestro país el deporte tiene nombre propio: el fútbol.

Las producciones originales, en especial las series y en menor medida el cine, siguen siendo importantes, pero en mercados como

España competiciones (casi) exclusivas del pago (como la LaLiga o la Champions League) son poderosos imanes para atraer a nuevos abonados. Y en Estados Unidos ocurre algo similar: la NFL encabeza la lista de deportes que más influyen en la decisión de suscribirse, seguida de baloncesto, tenis o rugby. Esto subraya la popularidad universal del deporte y su capacidad única para congregarse en tiempo real, algo que las plataformas están aprovechando para impulsar su crecimiento.

Uno de los últimos movimientos de DANZ en España ha consistido en la adquisición del partido de LaLiga EA Sports (Primera División) que por ley tiene que emitirse en abierto. La gran novedad de esta temporada es que, por primera vez, el partido en abierto no



1 Octubre, 2025



se verá en la TDT, sino en **DAZN**. La plataforma emitirá un encuentro gratuito por jornada (38 partidos) durante las próximas dos temporadas. Se trata de una alianza histórica entre este operador y LALIGA que busca conectar con nuevos aficionados ofreciendo una experiencia visual puntera y contenidos complementarios como resúmenes extendidos y análisis exclusivos.

CATALIZADOR DE SUSCRIPTORES

Los eventos deportivos en directo poseen una capacidad de convocatoria difícil de igualar por otros contenidos. El objetivo de Netflix y otras plataformas es que el abonado regrese constantemente al servicio, y lo positivo del contenido deportivo es que hay partidos nuevos cada semana, lo que fideliza a la audiencia. Por ejemplo, el estreno de *Thursday Night Football* en Prime Video atrajo el mayor número de altas de Prime en un periodo de tres horas en su historia, evidenciando el tirón de la NFL en Estados Unidos para sumar miembros. Otro caso ilustrativo es el fenómeno Messi en la liga de fútbol americana, la MLS: la llegada del astro argentino al Inter

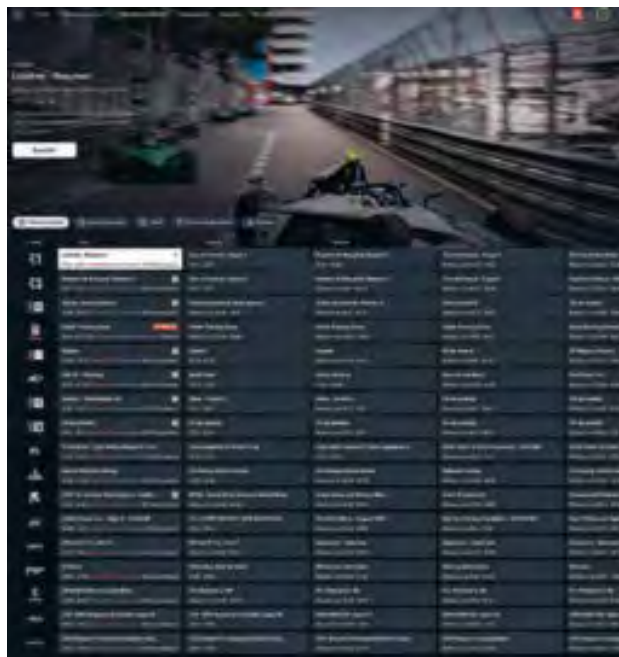
Esta temporada el fútbol vuelve más fuerte que nunca, incluyendo un nuevo canal temático dedicado a la Primera Federación Versus e-Learning, la tercera división

de Miami en 2023 disparó la demanda de *streaming* de fútbol en Estados Unidos, incrementando la venta de suscripciones al servicio que transmite la liga.

En general, plataformas y operadores confirman que los aficionados al deporte muestran menos propensión al churn (cancelación) gracias a la naturaleza continua y periódica de las competiciones. No es de extrañar, entonces, que el deporte se perciba ya como el nuevo contenido premium para retener y atraer usuarios de forma sostenida.

CASOS ACTUALES

En el último año varias plataformas han hecho apuestas sonadas por el directo deportivo. Netflix, tradicionalmente reticente al deporte en directo, dio un giro en 2024 al firmar un acuerdo con la NFL para transmitir partidos de temporada regular en Navidad durante tres años. El debut fue contundente: el 25 de diciembre de 2024 Netflix emitió en directo dos encuentros sin problemas técnicos, congregando a espectadores de más de 200 países. Se estima que un tercio de todos los suscriptores globales de Netflix sintonizó algún partido, convirtiéndolo en el segundo evento en directo más visto en la historia de la plataforma (solo por detrás del combate de boxeo Tyson vs Paul). I→





1 Octubre, 2025

ENFOQUE

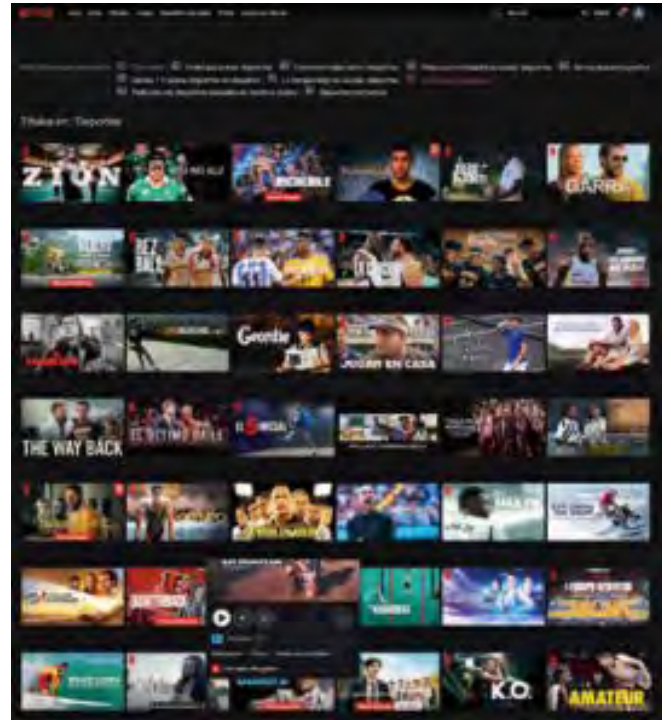


Además, la inclusión de un especial en el intermedio protagonizado por Beyoncé generó enorme atención en redes, y la plataforma aprovechó las pausas para promocionar estrenos propios (como *El juego del calamar 2*) e incluyó narración en cinco idiomas, demostrando la ventaja de su alcance global y tecnológico. Este movimiento de Netflix marcó un hito en su estrategia y demostró que puede ser un destino real también para eventos en directo y no únicamente para series y películas, potenciando así su credibilidad ante futuras negociaciones para adquirir nuevas competiciones deportivas, que no se descartan.

En paralelo, DAZN—el servicio OTT deportivo por excelencia— continuó expandiendo su alcance. La plataforma cerró 2024 con ingresos récord de 3.400 millones de dólares e inversiones clave como la com-

pra de los derechos globales del nuevo Mundial de Clubes 2025. Este acuerdo con FIFA permitió a DAZN emitir gratis los 63 partidos del torneo en *streaming* a nivel mundial. “Es la primera vez que la FIFA otorga los derechos a un solo *broadcaster* global y además de forma digital y gratuita, lo que nos da capacidad de alcanzar audiencias masivas de superfans del fútbol”, destacó Sara Pastor, vicepresidente de DAZN, sobre esta iniciativa. La empresa se ha consolidado como el mayor inversor en derechos deportivos en *streaming* a nivel mundial.

Por su parte, Tubi —el servicio gratuito con publicidad de Fox en Estados Unidos— dio la sorpresa convirtiéndose en la ventana *streaming* del evento deportivo más visto en EE.UU.: el Super Bowl. Gracias a que Fox tenía los derechos televisivos, Tubi transmitió en 2025 el evento sin requerir suscrip-



Deporte sí, pero no a cualquier precio. Ted Sarandos, responsable de Netflix, afirma que sólo invierten en licencias que tengan sentido estratégico y financiero

ción. Esta estrategia rindió frutos. En total, más de 24 millones de usuarios únicos pasaron por Tubi durante la jornada del encuentro. Además de la señal del partido (la misma que la FOX), Tubi añadió valor con contenido exclusivo: organizó un pre-show (*Alfombra Roja Tubi*) con famosos e incluso integró una experiencia de compra interactiva durante la emisión. La jugada de Fox con Tubi demuestra cómo una plataforma FAST —*streaming* gratuito financiado por publicidad— puede usar un gran evento deportivo para darse a conocer masivamente, sirviendo de puerta de entrada a millones de nuevos usuarios que luego puede retener con su amplio catálogo gratuito.



1 Octubre, 2025

MONETIZACIÓN Y DATOS

Pero el atractivo de los deportes en directo no solo radica en sumar suscriptores, sino también en sus formas de monetización flexibles. La publicidad emerge como pilar fundamental: las audiencias deportivas suelen consumir en directo (evitando el salto de anuncios), algo muy valioso para las marcas. Por ejemplo, Netflix generó hasta 180 millones de dólares en ingresos publicitarios en EE.UU. con solo dos partidos de NFL en Navidad. Este ingreso millonario en un par de horas ilustra el potencial publicitario de eventos puntuales de alto calibre en *streaming*. Del lado de los servicios gratuitos, Tubi capitalizó el Super Bowl para una "toma de control" publicitaria: ofreció a anunciantes alcance masivo en demografías jóvenes difíciles de encontrar en TV (más del 34% de la audiencia de Tubi tiene 18-34 años, mayoritariamente *cord-cutters* sin cable). La propia Sara Pastor ([DAZN](#)) subraya que en digital "tenemos la posibilidad de medir y optimizar [la publicidad] en tiempo real, garantizando el retorno de inversión", gracias a datos precisos de consumo.

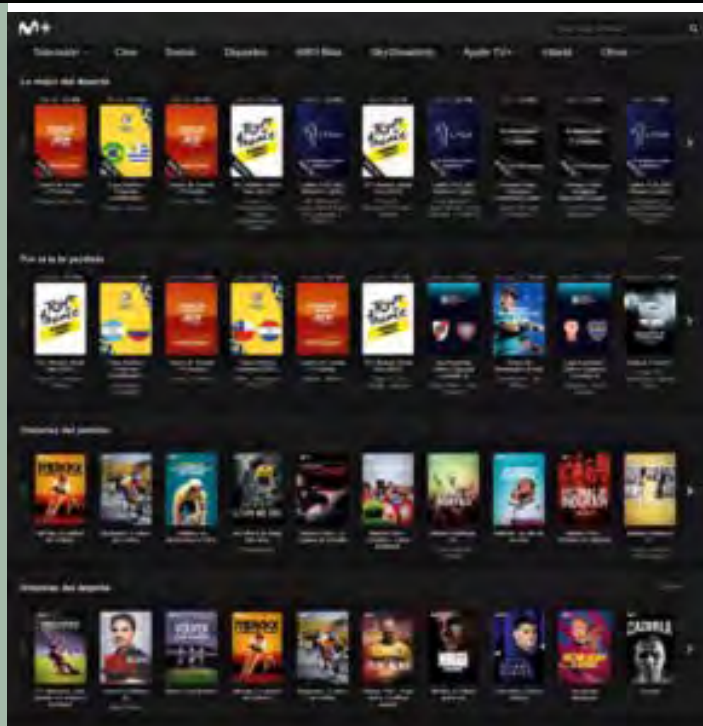
Otra vía de ingresos es el pago por evento (PPV), aunque está de capa caída. Algunas plataformas han experimentado con este sistema para maximizar la monetización de combates o partidos de enorme demanda. Pero

hoy en día las plataformas evalúan cuidadosamente cuándo cobrar extra y cuándo es más valioso atraer a más espectadores dentro del modelo de suscripción o gratuito con anuncios.

Por su parte, Netflix rompió esquemas al incluir un combate de boxeo tipo PPV dentro de su suscripción: la esperada pelea de exhibición entre Mike Tyson y Jake Paul se emitió en directo I→



Movistar Plus+ sigue siendo la casa del deporte pero algunos derechos serán compartidos y otros, como la Liga ACB, los ha perdido esta temporada





1 Octubre, 2025

ENFOQUE



en Netflix en noviembre 2024 sin coste adicional. El evento consiguió 65 millones de espectadores, impulsando una oleada de nuevas altas en la plataforma. Esa pelea, contribuyó a que Netflix sumara 19 millones de suscriptores netos en el último trimestre de 2024 —un récord histórico— más del doble de lo previsto. Finalmente, el análisis de datos se erige también como una ventaja competitiva del *streaming* deportivo. A diferencia de la TV tradicional, las plataformas digitales pueden saber exactamente cuántos usuarios vieron cada minuto de un partido, en qué dis-

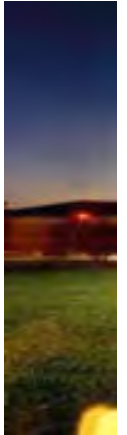
positivos, si pausaron, qué repeticiones consumieron, etc. Esta mina de datos permite segmentar audiencias para anuncios dirigidos (ej. mostrar publicidad distinta a los seguidores de distintos equipos), optimizar la programación (horarios adecuados según zonas y hábitos de conexión) e incluso ofrece valor a las propias ligas y patrocinadores deportivos. De hecho, las grandes tecnológicas han destacado que los deportes en *streaming* combinan lo mejor de dos mundos: el *engagement* masivo del directo con la personalización y medición del entorno digital.

Las plataformas se enfrentan a una disyuntiva estratégica: crear contenido deportivo propio o licenciar derechos de competidores

PRODUCCIÓN PROPIA VS. DERECHOS DEPORTIVOS

Dado el enorme atractivo del deporte, las plataformas se enfrentan a una disyuntiva estratégica: crear contenido deportivo propio o licenciar derechos de competiciones existentes. Ambas vías tienen pros y contras. La adquisición de derechos de ligas o eventos consagrados garantiza un público ya fidelizado —los fans seguirán a sus equipos donde sea— pero implica costes astronómicos. Ted Sarandos, co-CEO de Netflix, ha reiterado su cautela con los *mega-contratos* deportivos de varias temporadas. Frente a ello, muchos han optado por producción propia de contenido deportivo o acuerdos más acotados, aunque otras plataformas como HBO Max han heredado muchos deportes, especialmente en Europa, en parte gracias a la compra de Eurosport.

Netflix, antes de lanzarse a emitir partidos, cultivó a la





1 Octubre, 2025



audiencia deportiva con documentales y series originales, que resultaron ser un éxito rotundo como también DAZN. Su docuserie *Drive to Survive* sobre la Fórmula 1 atrajo a millones de nuevos aficionados y revitalizó el interés global por ese deporte sin que Netflix poseyera ni un minuto de las carreras en directo. Sin embargo, parece que la lucha por los derechos deportivos millonarios será predominante, por encima de la organización de nuevas competiciones. Y la lucha es sin cuartel. En España, esta temporada Prime Video emitirá la NBA y Movistar Plus+ repetirá como operador para la Euroliga. Esta última plataforma ha perdido esta temporada los derechos de la Liga ACB de baloncesto, que durante las próximas tres temporadas pasarán a DAZN. Los clubes ganarán menos (firman por 14,5 millones al año), pero a cambio tendrán más visibilidad.

El deporte en directo se ha convertido en el nuevo campo de batalla del *streaming*.

Los FAST también apuestan por el deporte en directo, y en EE.UU. el consumo a través de estos canales se incrementa anualmente



Si la primera ola de la guerra se centró en las series de ficción y cine original, la siguiente se está librando con el fútbol, fútbol americano, baloncesto, tenis, eSports y más, siempre en directo. Los deportes combinan lo que las plataformas más buscan: atraen suscriptores nuevos, generar hábitos de consumo regulares (reduciendo la fuga de usuarios) y abrir múltiples vías de ingreso (*streaming* gratuito, suscripción, publicidad segmentada...). Dicho esto, no todas las empresas ganarán este juego.

El deporte es el contenido premium más caro y complejo de gestionar (negociaciones con ligas, restricciones geográficas, exigencias de calidad de *streaming*) ... así que encontraremos plataformas que renuncian al deporte, como Filmin o Flixolé, mientras que otras buscarán la integración con otro contenido premium, como Netflix y HBO Max y en menor medida Disney. Sin embargo, serán las plataformas como DAZN las que marcarán el futuro del *streaming* deportivo. |

©FC Barcelona; @DAZN; @Netflix; @Movistar-Plus+; @HBO MAX; @TUBI



NFL Dance Partners & Legacy Media War Cries

Super-analyst Michael Nathanson offers a candid view of the sports rights dialectic taking place between the legacy media companies, who need these games more than ever, and the hyperscalers with all the money in the universe.



"The question I have is what these packages look like in the future. The NFL could create an A package and a B package, based solely on the quality of games. It would have more Chiefs and Bills games in the A package. But broadcasters like the packages the way they are; that's where their station footprint is," says Michael Nathanson. Photo: Dustin Bradford/Getty Images

John Ourand September 29, 2025

It's been a rough decade-plus for legacy media companies for all the obvious reasons: accelerated cord-cutting, increasingly expensive rights, a plethora of new consumer options, the rise of user-generated content, etcetera, etcetera. Oh, and the fact that their hyperscaled competitors are so disproportionately large. To wit: This year, Alphabet, the parent company of YouTube TV, plans to spend around \$85 billion in capex.

That's the equivalent of about four Paramounts; nearly two WBDs; or close to three Fox Corps (Must be nice...!) Of course, there is nothing to stop these companies from eating up the sports media marketplace, too. Amazon has already replaced TNT as an NBA partner. Netflix outbid Fox for the Women's World Cup.

And yet legacy media companies are trying their hardest to combat this apparent manifest destiny, bidding for sports rights with an almost existential abandon. Soon after David Ellison's Skydance bought Paramount, it outflanked its competitors by signing rights deals with UFC and Zuffa Boxing. Facing competition from Netflix, NBC secured U.S. Golf Association rights. And ESPN ponied up to keep WWE's Premium Live Events from heading over to a streamer.

On the latest Varsity podcast, MoffettNathanson analyst Michael Nathanson marveled at legacy media's staying power in the sports rights marketplace, and delved into the fraught subtext of these deals as the dialectic between incumbents and hegemon plays out. As always, the following has been lightly edited.

Chaos vs. Control

John Ourand: Legacy media has cut a bunch of big deals recently: Paramount-UFC, Paramount-Zuffa, ESPN-WWE, NBC-USGA. Is this a trend? Are you surprised that the streamers aren't more involved?

Michael Nathanson: I've been flabbergasted. It started with that UFC deal. I don't understand how Paramount makes that deal—paying double what ESPN was paying. In the prioritization of what Paramount needs to fix, getting to UFC was not on my list of things they needed to do. But this is a new regime, a new day. And they're really focused, rightly so, on sports, streaming, and studio. And that's their three core drivers.

Roger Goodell is also saying that he may open up negotiations as early as next year. The funny thing is that when I started to make calls on that, it became clear that the push to get deals done early was not coming from the NFL—it's mostly coming from the legacy media companies that want certainty.

I would do the same thing. Look at the ratings—they remain up three weeks in. Look at advertising trends—they are incredibly strong. This is the most important thing legacy media has to do: re-sign and keep these rights. And they have to do it before the Amazons, Netflixes, and YouTubes, or even Apple, start to get even more aggressive.

That's the whole point of the networks wanting to get in early—if you're renewing a package, the NFL can't take that package from you and give it to a streamer.

The question I have is what these packages look like in the future. The NFL could create an A package and a B package, based solely on the quality of games. It would have more Chiefs and Bills games in the A package. But broadcasters like the packages the way they are; that's where their station footprint is. I wonder if the

networks want to try to get there before Goodell and [NFL executive V.P. of media distribution] Hans Schroeder recut the packages into something different. Netflix wants to eventize their sports programming, right? So give Netflix the quarterback package—make it Lamar Jackson versus you pick the quarterback every single week.

That said, if I'm the league, and I'm the broadcasters, I feel like my future is predictable if I keep these rights where they are. I know what my viewership looks like, and ad numbers keep going up. That's predictable. The league doesn't want to go into a more chaotic world.

YouTube TV's NBC Fight

I'm fascinated by the YouTube TV–NBC carriage battle. It seems different from all the ones that I have covered over the years. Sure, it's about pricing and packaging. But it's about modern-day issues, too, like how YouTube should offer Peacock.

The problem is that NBC is trying to get monetized for the entire shelf space right now, just as it is about to break off Versant. The guys at YouTube TV are not dumb. They know that if they wait a bit, there'll be two separate companies with two separate affiliate contracts.

But it also seems like a streaming business plan has caught up with legacy media. We've spent a lot of time writing about the proverbial cheating that legacy media was doing with their streaming products, with a retail rate drastically lower than the wholesale rate they were charging distributors. It seemed obvious that they would run into a buzz saw. But it never came.

And the worst offender of that was Peacock, which was around \$4 per month.

Don't forget how Bob Bakish rolled out Paramount+ with a mountain of sports, news, and entertainment programming. If there's a big overlap of content offerings between streaming and linear, it should be part of the bundle. It should be on-demand. The challenge is when there's content that is so different. HBO's flagship shows have nothing to do with what WBD offers in the cable bundle. The more Paramount pushed into Yellowstone, it could make the same argument.

Everyone's case is a stand-alone case. But if you're YouTube TV, I want 50 channels for 50 bucks. The bundle has gotten too big. Look at what tech has done our entire lives: They find a way to deliver what consumers want. The guys at YouTube TV don't have to be in this business. At some point, if this product is not delivering, they will find another way to do it.

Do you view YouTube TV versus NBCU as a life-or-death deal?

It's a business deal.

I don't know. Legacy media doesn't want to roll over for Google.

It would be a wake-up call for everyone who deals with YouTube TV if they went that hard against NBC and put them off. That would have everyone fall in line quickly, right?

It really comes down to cost. Alphabet is under pressure to control non-A.I. costs. If you're the C.F.O. of Alphabet, it is looking to squeeze costs in businesses that are non-A.I. focused as hard as they can.

PALCO23

MEDIA

Dazn suma a su catálogo las Titan World Series de mountainbike

Gracias al acuerdo entre la plataforma de streaming y las Titan World Series, llegarán a Dazn figuras como la Škoda Titan Desert Morocco, la Škoda Titan Desert Almería, la NEOM Titan Desert Saudi Arabia y la Titan Forest Patagonia.



Dazn pondrá a disposición programas resumen de cada prueba, así como documentales.

Palco23 30 sep 2025 - 11:55

Dazn se sube a la bici. La plataforma global de streaming deportivo ha alcanzado un acuerdo con el circuito de pruebas de mountainbike Titan World Series para incorporar a su catálogo el contenido generado en estas carreras de aventura. Los abonados podrán acceder tanto a los programas y documentales producidos desde 2023 como a los que se realicen durante los eventos previstos para 2025.

Las Titan World Series, que celebran etapas desde 2006, se han convertido en una referencia internacional al combinar deporte, aventura y convivencia. A lo largo de casi dos décadas han recorrido cuatro continentes, reuniendo en la misma experiencia a ciclistas profesionales y amateurs.

Entre las competiciones destacadas que llegarán a Dazn figuran la Škoda Titan Desert Morocco, la Škoda Titan Desert Almería, la NEOM Titan Desert Saudi Arabia y la Titan Forest Patagonia. El acuerdo contempla la difusión de programas resumen de cada prueba, así como documentales que relatan historias personales de los participantes, conocidos como Titanes y Titanas.

Dazn pondrá a disposición programas resumen de cada prueba, así como documentales

De esta forma, los aficionados podrán acercarse no solo a la dureza de la competición, sino también a los relatos humanos que la rodean, en línea con la filosofía de estas pruebas de ser “más que una simple carrera”.

La llegada de las Titan World Series refuerza un catálogo que ya incluye competiciones de élite como La Liga, la Premier League, la Fórmula 1, la National Football League (NFL) o la National Basketball Association (NBA). Además, el contenido de mountainbike no se limitará al público español, ya que Dazn distribuirá internacionalmente estos programas y documentales, ampliando el alcance global de un circuito que sigue creciendo en relevancia.

Recientemente, la plataforma ha anunciado la renovación de su acuerdo global con la Super League Basketball (SLB). La continuidad de la alianza confirma no solo el interés creciente por el baloncesto británico, sino también el papel estratégico de Dazn en la expansión internacional de esta disciplina.

2Playbook

Se busca plataforma para anunciar mi marca: ¿cuáles son las favoritas de los consumidores?

De cara a 2026, la televisión en *streaming* se consolida como uno de los destinos prioritarios de las inversiones de marketing, con un 54% de anunciantes que prevé aumentar su gasto, compensando la caída de la televisión tradicional.



Patricia López 1 de octubre de 2025

La receptividad del consumidor hacia la publicidad atraviesa un momento histórico. Por primera vez, más de la mitad de los usuarios (57%) se declaran abiertos a los anuncios, diez puntos más que hace un año. En este contexto, Amazon se ha consolidado como el gran ganador en el terreno de la percepción: tres de sus marcas se encuentran entre las cinco plataformas publicitarias mejor valoradas por los consumidores, según el informe Media Reactions 2025 elaborado por Kantar.

El ranking lo lidera la propia Amazon, que se impone como la plataforma más apreciada por los usuarios. Twitch, en cuarta posición, y Prime Video, en quinta, completan la hegemonía del gigante estadounidense en capacidad para hacer que la publicidad que ofrece sea relevante. Entre medias aparecen dos redes sociales: Snapchat, que escala hasta el segundo puesto gracias a anuncios

percibidos como más entretenidos y menos intrusivos, y TikTok, que se mantiene en el podio por el atractivo y la creatividad de sus formatos, según desprende del informe.

El 57% de los usuarios es receptivo a la publicidad, diez puntos más que en 2024

El estudio parte de una encuesta realizada a más de 21.000 consumidores de entre 16 y 65 años en 30 mercados - entre los que no está España - y a 1.000 profesionales senior de marketing de agencias, anunciantes y empresas de medios. De hecho, del informe se concluye que existe un gap entre lo que los consumidores prefieren y lo que consideran los responsables de marketing.

La lectura estratégica es clara: los consumidores confían en la publicidad de Amazon y sus canales. "Twitch es un buen ejemplo. Los usuarios consideran sus anuncios más fiables que en cualquier otro lugar, pero muchos profesionales todavía lo perciben como un mercado de nicho ligado a los videojuegos", explica Lluís Casas, head of creative & media en Kantar.

Ese distanciamiento entre consumidores y anunciantes se refleja también en el top cinco de los profesionales del marketing. Por segundo año consecutivo, YouTube, Instagram, Google, Netflix y Spotify son las plataformas que concentran la preferencia de los profesionales, sin que ninguna de ellas coincida con las que encabezan la lista de los usuarios. La brecha es evidente: mientras los consumidores buscan experiencias menos intrusivas y más relevantes, los anunciantes mantienen su apuesta en el ecosistema de Google y Meta, con un peso creciente de Netflix y Spotify en la ecuación.

La fotografía se completa con un gran ausente: X (antes Twitter). La plataforma figura en último lugar en términos de confianza publicitaria por tercer año consecutivo, y un 29% de los profesionales del marketing planea reducir su inversión en 2026. Uno de cada ocho, directamente, prevé retirarla por completo después de los cambios que se han ido introduciendo en la red social desde que fue adquirida por Elon Musk.

La televisión en *streaming* gana peso, mientras la TV tradicional pierde presupuesto

Más allá de la pugna entre plataformas, el informe de Kantar traza también las tendencias que marcarán las decisiones de inversión en los próximos meses. La más clara es el impulso a los creadores de contenido: seis de cada diez anunciantes aumentarán sus presupuestos en campañas con influencers en

2026, algo que el deporte podría capitalizar a través de unos atletas cada vez más conscientes de su poder de prescripción y alcance. El comercio social seguirá la misma línea, con un 53% de las marcas dispuestas a destinar más recursos.

En paralelo, la televisión en *streaming* - como DAZN o Netflix - se consolida como destino prioritario, con un 54% de anunciantes que prevé aumentar su gasto, compensando la caída de la televisión tradicional, que volverá a perder inversión: un 26% de los profesionales planea recortar su presupuesto en este canal. En palabras de Casas, "la disminución de la inversión publicitaria es solo una parte de la historia. Los consumidores confían en la publicidad televisiva, que sigue generando el mayor impacto de marca".

"Sin embargo - continúa Casas - el coste de crear anuncios televisivos hace que sea tentador invertir mucho para que se vean, lo que significa que los profesionales del marketing tienden a sobre invertir en televisión en relación con su rentabilidad y reasignar parte de este presupuesto para que su combinación de medios sea más eficiente, pero el proceso creativo debe comenzar considerando las fortalezas de cada plataforma, no adaptando recursos a lo largo del tiempo".

La receptividad del consumidor a la publicidad está en aumento.

Por primera vez, más de la mitad de las personas (57%) afirma ser generalmente receptiva a la publicidad, lo que representa un aumento con respecto al 47% del año pasado. Lluís Casas añade: "Las campañas publicitarias tienen siete veces más impacto entre las audiencias más receptivas, y la gente es más receptiva que nunca. Estas son buenas noticias para los profesionales del marketing en una economía difícil, pero no suficientes para superar su ansiedad por la fragmentación del panorama mediático: solo dos tercios de los profesionales del marketing confían en integrar con éxito sus campañas en todos los canales de medios".

Y es que también existe una brecha entre los canales de medios más valorados por los consumidores versus lo que consideran los especialistas de marketing. Por ejemplo, los profesionales entienden que lo que mejor funciona son los anuncios digitales en exteriores. Los usuarios otorgan la cuarta posición a esta opción, y la primera a los anuncios directamente en el punto de venta.

En cuanto a los eventos patrocinados presenciales, como los festivales de música, competiciones o encuentros de marca, ocupan la segunda posición como más valorados por los consumidores, y la tercera a ojos de los especialistas en marketing.



1 Octubre, 2025

M | POPCORN | Entrevista

ALAUDA RUIZ DE AZÚA

“Creo que la familia explica muchas cosas de cómo somos”

LA DIRECTORA DE *CINCO LOBITOS* Y *QUERER VUELVE A INDAGAR EN LA INSTITUCIÓN FAMILIAR EN SU NUEVA PELÍCULA, *Los domingos**

POR *Andrea G. Bermejo*
 FOTO *Gabriel De la Morena*



Ainara (Blanca Soroa) es una chica de 17 años normal. Le gusta un chico del coro, sale con sus amigas... Pero un día le confiesa a su tía Maite (Patricia López Arnaiz) que se plantea hacerse monja de clausura. Este es el misterioso punto de partida de *Los domingos*, la nueva película de Alauda Ruiz de Azúa que explora cómo la familia de Ainara encaja esa posibilidad. **¿Cómo se te ocurrió esta premisa?**

La historia de *Los domingos* viene de lejos. Yo era muy joven y vi desde cierta distancia una historia de una chica que tenía vocación religiosa y entró en una orden. En ese momento a mí me llamó muchísimo la atención, pero creo que fue desde mi

juventud. Me preguntaba cómo alguien tan joven de pronto siente esa vocación en un momento en el que estás a punto de empezar a vivir muchas cosas y por qué decide encerrarse. Siempre se quedó conmigo esa fascinación, pero lo sentía como un tema muy complejo. No tenía un ángulo. Después de rodar *Cinco lobitos*, hablando con mis productores sobre otros proyectos que me pudiesen interesar, volví a pensar en esta historia pero desde el cisma familiar que generó la decisión de la chica. Ese ángulo me servía para hablar de algunas cosas de la familia que me interesan.

Es verdad que hay un misterio ahí, en esa decisión.

Sí, la palabra es misterio. Es una palabra que recuerdo que usaba mucho cuando hablaba del personaje de Ainara, incluso en el casting. Y no tanto como que yo tuviera que entenderlo todo. O sea, hay cosas que sí que tienes que construir y entender, pero una de las cosas que para mí sujeta la película es ese misterio de intentar descifrar algo que es tan ajeno pero que puede llevar a alguien a hacer algo tan radical.

Entras por el misterio pero te quedas por otra cosa.

Sí, por el retrato familiar. Cuando yo realmente encontré la película es cuando encontré ese ángulo. Cómo nos empeñamos en mantener muchas veces la familia más que cualquier otras relaciones afectivas, sociales, incluso aunque la familia claramente ya no funcione.

Alauda Ruiz de Azúa junto a la actriz Blanca Soroa.



1 Octubre, 2025

ALAUDA RUIZ DE AZÚA

Algo tendrá que ver la tradición católica de nuestro país...

Y a eso nos agarramos muchas veces. Por un lado está el amor divino, que es perfecto, absoluto, idílico y misterioso también. Y luego está todo este amor terrenal, familiar, que se extiende a la pareja también, que es un amor imperfecto, lleno de fisuras. Y ahí también hay un salto de fe cuando apuestas por mantener una familia, quedarte en pareja o tener un hijo. Ahí vamos todos, incluso los que no creemos.

Esa dicotomía entre el amor divino y el amor del día a día se hace explícita en varias ocasiones a lo largo del metraje.

Como cuando la tía le dice a la sobrina: "Te has enamorado, pero no tienes que casarte todavía". Parece que se está refiriendo a un chico, pero se está refiriendo a Dios.

La película habla mucho del amor. Es algo que me encontré mucho en el relato de ellas, de las chicas que deciden hacerse monjas. En sus relatos había mucho de esa necesidad de amor, de esa sed de amor. Pero la película tiene también la perspectiva de Maite, que es la perspectiva más terrenal y atea y la perspectiva adulta del amor, frente a una perspectiva de alguien adolescente que está viendo cosas adultas por primera vez y cosas muy intensas como es el amor, pero por primera vez. Desde la perspectiva adulta sabes que te vas a enamorar más veces en la vida, sabes que el amor no siempre es ideal...

También hay un retrato del peso de nuestra responsabilidad como padres en las decisiones futuras de nuestros hijos.

Sí. Ahí he querido jugar a un equilibrio bastante delicado. No quería sobrecontar nada pero sí sugerir que Aina tiene una herida familiar o que es vulnerable. Es una niña que perdió a



"Como ver a un atleta olímpico": así describe la directora a Patricia López Arnaiz.

su madre, pero otros miembros de la familia, la tía, la abuela, están de alguna manera pendientes, intentando cuidarla. Pero cuando fallece tu madre, la figura más importante que te queda, y más a esas edades, es la paterna. Y esa figura paterna [Miguel Garcés] también tiene algo de misterio para Aina, yo creo. Como adolescente es muy difícil leer a ese adulto, si está operando desde un respeto genuino, desde un egoísmo o desde algo que sí que quiere respetar pero también le conviene por otros motivos. Y yo no quería dibujarlo muy claramente, pero sí sugerirlo porque a mí lo que me interesaba también era contar lo difícil que es a veces leer bien a nues-



Blanca Soroa, Miguel Garcés y Patricia López Arnaiz: estampa familiar.

tros padres cuando somos jóvenes. Y cómo arrastramos eso a sitios, a decisiones o a cierta rebeldía... Porque a veces para entender a nuestros padres hace falta vivir algo más.

Háblame del personaje de la tía de Aina al que interpreta Patricia López Arnaiz.

Maite era un personaje muy interesante y muy gustoso de escribir. Es una persona que se describiría como tolerante pero que se da cuenta de que no lo es tanto cuando es su sobrina la que tiene el conflicto. Es una mujer inteligente y tenaz, que mantiene el control de la situación hasta que se da con el muro de la fe, el discurso de la fe en el que los sentimientos no se pueden rebatir. Ahí pierde el control. Eso le supera y da igual el argumento intelectual, racional, ético. Es algo muy frustrante para alguien acostumbrado a tener razón, a argumentar las cosas bien.

Ese muro que separa dos mundos se palpa también en el lenguaje. Maite habla con un campo semántico que nada tiene que ver con "la sed de Dios".

Maite es el personaje que intenta con más fuerza convencer a su sobrina desde un amor muy genuino. Se lo dice a la madre priora. Es muy consciente de que su sobrina tiene una herida y está en un momento sensible, con una herencia familiar que la convierte en vulnerable. Ella piensa que va a conseguir convencerla pero se va dando cuenta de que los movimientos religiosos funcionan de una forma muy profunda. Y decirle a alguien de 17 años que lo que cree no es cierto no es tan fácil. **Los personajes religiosos, la madre priora y el guía espiritual son muy ambiguos. Por cómo están escritos, no queda claro si la están manipulando o creen y respetan sus sentimientos.**

Claro, yo creo que lo interesante de eso es que el espectador decida por qué se coloca en un lado o en otro. Porque la línea puede ser muy fina. En esas conversaciones sí hay mucho rigor porque estuve hablando con mucha gente en el proceso de documentación. Sé que esas conversaciones son así.

Por ejemplo, cuando Aina confiesa sentir algo por un compañero del coro, el guía espiritual le dice que puede que Dios le esté hablando a través de este chico. ¿La está juzgando o le está pidiendo que llegue al fondo de lo que sienten? Es muy ambiguo.



1 Octubre, 2025

M | POPCORN | Entrevista

ALAUDA RUIZ DE AZÚA



A la izquierda, Ainara (la debutante Blanca Soroa) junto a su guía espiritual (Víctor Sainz). A la derecha, con su tía Maite (Patricia López Arnaiz).

> Creo que a veces juegan a esto... Yo no soy la gran experta en direcciones espirituales pero sí que hay algunas cosas en común. Se pone a gente muy joven en un sitio en el que no sabes si les están ayudando o empujando. Todos hemos estado en relaciones donde los mecanismos de empujarte hacia un sitio, de fascinarte con algo, de seducirte con algo, no son tan evidentes, ¿no? La gente de sensibilidad religiosa que han visto la película han entendido que este son el tipo de conversaciones habituales.

¿Y fue difícil en la escritura del guion lograr esa línea tan fina?
 Sí, la verdad es que sí que fue complicado. Yo cuando escribo intento defender a los personajes, ser muy honesta con ellos. Hasta que encontré, no sé si llamarlo ambigüedad, sino esa sutileza. De todas formas, creo que todos los adultos de la película son cuestionables y eso me parece interesante dramáticamente. Ainara es una chica lista, muy sensible, pero no deja de tener 17 años. Y todos los adultos que hay en su entorno tiran de ella de manera más o menos sutil. En cuanto a los personajes religiosos, hay unos relatos ahí que son muy poderosos cuando tienes 17 años. Que alguien te haga sentir especial o la elegida de algo en lo que tú crees es muy potente. Porque tenemos que ponernos en la cabeza de alguien que realmente cree que existe esa divinidad, que existe Dios. Es algo que no tiene el otro lado, el de la familia.

¿Cómo fue la labor de documentación para la película?
 He estado en muchos sitios y he hablado con muchas mujeres que han pasado por procesos parecidos a los de Ainara. Algunas están en conventos, otras salieron. Y con familiares también he hablado. Pasa una cosa muy bonita con la ficción: cuando investigas, tú te acercas a gente para que te cuente cosas, te acercas intentando aparcar ideas preconcebidas y la gente te cuenta muchas cosas íntimas, muy generosas. Además, había una necesidad en estas mujeres de explicarse, de contar cómo lo habían vivido. Porque las familias, queriendo sacarlas de eso o protegerlas, les habían generado más soledad.

¿Sentías, al hablar con ellas, la necesidad de resolver ese misterio de por qué habían tomado esa decisión?
 Al final llegué a la conclusión de que hay una necesidad de amor. Que te puede llevar a muchos sitios, también a un convento. Aquí no solo estamos hablando de alguien que tiene fe sino que entra en contacto con lo divino. Ellas te cuentan que escuchan una voz. Algunas hablan de un sentimiento pero

otras escuchan frases concretas: "Sé mi esposa" o "te quiero para mí". Vivir eso tiene que ser muy impactante.

¿Qué tenía Blanca Soroa para ser Ainara?
 Tenía esa luz y esa energía y esa cosa como delicada, un poco mística. Pero también podía ser una chica de 17 años normal.
¿Y cómo ha sido trabajar con Patricia López Arnaiz?
 Ha sido como ver a un atleta olímpico. Ella tiene esa capacidad de dar muchísima humanidad a todo, y a la vez esa fuerza... Que si alguien podía convencer a Ainara, era su personaje.
Los hombres, pero concretamente los padres, salen fatal parados en tus películas.

[Se ríe] Bueno, aquí la pareja de Maite (Juan Minujín) puede ser discutible como pareja pero justamente como padre es un padre empático, que está presente. En *Cinco lobitos* la pers-



Patricia López Arnaiz y Juan Minujín.

pectiva de género jugaba de una manera clave. Al retratar el tema de los cuidados abordaba los roles masculinos retratando una realidad muy habitual y cotidiana, aunque es verdad que hay otro tipo de padres. Pero sí que quería hablar de por qué mayoritariamente los cuidados recaen en las mujeres.

¿Y qué es lo que te interesa tanto de la familia?
 Creo que la familia explica muchísimas cosas de cómo somos. Y cuando hablas de dinámicas familiares, a veces también estás hablando de dinámicas sociales, de cómo se entiende la tolerancia religiosa o el poder en las relaciones, de la autoridad familiar.

'Los domingos' ESTRENO 24 DE OCTUBRE



Entrevista Alauda Ruiz de Azúa (versión ampliada de Caimán CdC nº 203)

Javier Rueda, 30 septiembre, 2025

Quevedo y Bizarrap suenan sobre un crucifijo en el primer plano de Los domingos, posteriormente utiliza música sacra de Mozart en una escena de discoteca. ¿De dónde surge esta búsqueda de contrastes desde la banda sonora? Surge de la voluntad de comprender una realidad fascinante, como la vocación religiosa desde mi perspectiva laica. A medida que me documentaba y que iba desmontando prejuicios, me daba cuenta que había algo de vacío existencial en lo que las religiosas me contaban de sus procesos vocacionales. Algo que podemos también sentir siendo no creyentes. Me hablaban de su sentimiento amoroso a Cristo, y en realidad todos hacemos nuestras apuestas de fe, que no son tangibles ni aceptadas por la ciencia, como que la familia sea un refugio o un salvavidas. Al principio pensaba que había dos mundos muy dispares que tenía que separar y me di cuenta que había aspectos en los que se comunicaban a nivel emocional, existencial; la música para eso es muy poderosa. Siempre he sido muy pudorosa utilizando música pero, en esta ocasión me permitía añadir una capa más.

Se aprecia una narrativa en paralelo con los espacios; los rituales familiares en el comedor en relación a los rituales eclesiales, las conversaciones de trastienda en la cocina y su similitud con la conversación de Ainara en la sacristía. ¿Es la familia también una cuestión de fe? La familia es una cuestión de fe porque tampoco en ella hay certezas. Es cierto que las familias también tienen sus rituales. Como la comida de los domingos en esta familia que se empeña en seguir quedando los domingos, aunque claramente no tienen nada que decirse. Si se vieran en la calle no se caerían bien, comen juntos porque son hermanos.

También es arriesgado su punto de vista como cineasta en una película tan coral, que busca entender todos los puntos de vista... La austeridad y desnudez formal es también una forma de mostrar la desnudez de los personajes, sin tener que empujar al espectador a ninguna dirección. He hecho mi película con espíritu crítico hacia los mecanismos religiosos, intentando entender y trasladar la vulnerabilidad de una niña de diecisiete años que toma esa decisión rodeada de adultos en su familia y en el contexto religioso; y ambos tienen sus luces y sombras. El cine que me gusta es el que te permite hacerte preguntas. Si una película es una conversación, va de lanzar preguntas y de que vayas completándolas con las imágenes, sin que el director intente aleccionar o evangelizar.

Hay una tensión en la película entre lo material (esa trama sobre la herencia de la casa) y lo espiritual (la vocación de Ainara), entre la estructura física (la casa) de una familia y su fragilidad... Para mí lo poético es que precisamente en este mundo material, con familias y parejas en crisis cabe también esa tensión existencial de una búsqueda espiritual. Y que eso pueda suceder en un contexto más banal y más pragmático. Ese mundo más terrenal puede empujar al otro. Había algo que me interesaba mucho cuando escribía el guion y era esa necesidad de afecto, de amor que podemos tener todos.

La escritura del guion en solitario fue un proceso que contrasta con la rapidez del rodaje, más breve. ¿Cómo lo ha vivido? Como es un proyecto que ha estado conmigo durante muchos años, también ha ido cambiando. El trabajo de investigación para Los domingos empieza prácticamente al finalizar el rodaje de Cinco lobitos y luego se mezcla Querido. La escritura fue un proceso que sentí muy bien con esa amplia documentación. Y en cuanto al rodaje tuvimos un mes y pico de ensayos, pude prepararlo bien. Empecé a localizar y fueron apareciendo esas localizaciones, tuvimos suerte, y me fui encontrando con aspectos formales de la película. Encontramos un convento que fue abandonado

por religiosas de clausura, un espacio que había estado habitado por religiosas de verdad. Lo viví como un proceso muy intenso, pues es la película más coral que he hecho nunca.

Como ha dicho es su primera aproximación al mundo adolescente, contexto en el que parece que siempre tiene que haber una escena de discoteca. ¿Por qué usted la representa con esa iluminación en claroscuros, ralentís y música sacra de Mozart? Es verdad que las escenas de discoteca pueden ser un cliché. Pero aquí nos interesaba mostrarla como la estaba viviendo Ainara. Lo que nos interesaba en este caso era mostrarla entrando a un mundo de sensaciones, de primeros amores, que tienen sus propios rituales amorosos, pero contada desde su sensibilidad. Desde su momento vital, muy particular. Tiene algo de búsqueda existencial en medio de tanta gente y la escena termina con ella en soledad, que la distancia de los chavales de su edad.

Blanca Soroa debuta con un papel muy complejo en el que los silencios son tan importantes como las palabras, ¿cómo fue trabajar con alguien sin experiencia previa y cómo preparó con ella su personaje? Cuando rodamos la película Blanca tenía incluso un año menos (dieciséis) que su personaje. Nos la jugamos mucho en el casting porque sabíamos que la película iba a girar en torno a ella. No solo era que interpretara a alguien de diecisiete años sino a alguien con sentimientos sobrenaturales en algún momento. Blanca de manera natural es alguien que irradia luz, muy virginal, que ya era muy interesante como punto de partida y además tenía la sensibilidad como para entender a su personaje. Más que explicarle el subtexto de la película a una niña de dieciséis años, hacíamos juegos; le ponía papelitos con secretos, le decía que escogiera uno y que alguien tenía que adivinar su secreto con la expresión del rostro. También ha habido mucho trabajo juntos, de estar ella en plano y yo escondida dándole explicaciones o indicaciones. Ha habido un trabajo muy de la mano con ella. Es un viaje que hemos hecho juntas. Y luego también esas señales, justo en esta película, que tiene el mundo del cine. La casteamos para el papel y su personaje canta en un coro, luego descubrimos que Blanca cantaba en un coro desde los ocho años y canta como los ángeles.

Hay una secuencia aparentemente inofensiva en la que la priora Isabel conversa con Ainara sobre su sexualidad, pero usted la filma con un tenso plano contra-plano... Estoy poniendo en escena un encuentro entre una menor y una adulta en ese lugar y contexto concretos. La forma de rodarla era algo más complejo que si estoy a favor o en contra de la educación religiosa, porque no todas las niñas que han recibido educación religiosa ingresan en un convento de clausura. Lo que

me interesaba era preguntarme cuánto de genuina o auténtica podía ser esa vocación teniendo en cuenta la vulnerabilidad familiar y adolescente de Ainara.

¿Cuál es el sentido de esos insertos puntuales de humor en la construcción del tono de la película? La idea era empezar con un tono ligero, no tan grave, y a medida que iba avanzando en la película sentía que me iba aproximando a un sitio más oscuro, por eso quería que tuviese sus momentos divertidos (como ese comentario de la tía Maite sobre Irlanda), pues en las crisis que tenemos también de forma natural suceden situaciones cómicas.

Maite es un personaje delineado sobre capas de complejidad, ¿por qué el último plano de su película es para ella? Considero a Maite tan protagonista como Ainara. Son dos viajes diferentes que se cruzan, aunque tengan sus similitudes. Quería terminar en el mundo de lo terrenal y de los que se quedan fuera. Aunque pueda resultar un plano doloroso, para mí también había esperanza en quedarme con los que se quedan a pelear en la vida, en un contexto sin certezas. Una vez que se cierra la puerta, mi idea era quedarme en el mundo.

Un final aún más complejo todavía con esa escena narrada en un montaje a tres bandas; Mikel en el coro, Blanca en el monasterio y Maite en la calle... Tenía la idea de que sus mundos estaban interconectados; esa escalera de madera por la que sube Maite. A pesar de que los tres personajes están en mundos completamente diferentes están conectados, como esa música del coro de Mikel que suena en los tres contextos gracias al montaje. Eran tres mundos conectados por la pérdida de un proceso doloroso y esa era la idea de filmarlos así.

Entrevista realizada en Madrid, el 9 de septiembre de 2025.

Javier Rueda



1 Octubre, 2025



LOS DOMINGOS

★★★★☆

ESTRENO 24 DE OCTUBRE

España / 2025 / 115 min. / BTeam Pictures

Dir: Alauda Ruiz de Azúa **Rep:** Patricia López Arnaiz, Blanca Soroa

En la vida hay caminos rectos y sin dificultades y caminos llenos de curvas y obstáculos. Cada uno es muy libre de intentar ir por el que más le convenga (o pueda). Alauda Ruiz de Azúa es de las que escoge el camino de curvas, el complicado, el que plantea retos y preguntas. Después de *Cinco lobitos*, habría podido seguir por ahí. Eso era lo fácil. Pero se metió en el terreno pantanoso de *Querer*. Después de *Querer*, habría podido hacer muchos "querer" de distintos tonos. Pero no, Alauda ha decidido arriesgarse de nuevo y hacer una película a contrapelo, incómoda, perturbadora. Inteligente.

Como si se hubiera contagiado de la directora, Ainara (Blanca Soroa en su primer papel), tampoco escoge el lado sencillo. Para esta chica de 17 años, huérfana de madre desde hace tiempo, que vive con su padre y sus dos hermanas, lo normal sería entrar a la universidad, hacer una carrera, casarse y seguir el camino trazado. Pero Ainara tiene otro destino en su cabeza: Ainara

quiere ser monja de clausura. ¿Qué hace una familia católica, con una chica guapa, lista, con la vida por delante, que dice que se ha enamorado de Dios? Reaccionar ante esto no es simple. A su padre no le gusta la idea, su tía se revuelve contra lo que cree una aberración, la abuela no lo entiende. ¿Qué hacer? Ese es el meollo, el centro espiritual de este filme que nos enfrenta con un dilema que va mucho más lejos del simple hecho religioso. ¿Hay que respetar su decisión, tomada libremente? Porque en eso la película es muy clara: no hay adoctrinamiento ni manipulación de los religiosos; tampoco hay una refutación o prohibición por parte de la familia, aunque la tía Maite, espléndida Patricia López Arnaiz, se niegue a aceptarlo en nombre de la razón. Es aquí donde Alauda trasciende el argumento y nos coloca en una situación difícil: "¿Qué harías tú si tu hija te dice que...?". Que cada uno rellene los puntos suspensivos. **NURIA VIDAL**

M Un filme valiente en lo que cuenta, y en cómo lo cuenta.

CRÍTICAS



HONEY DON'T

ESTRENO 3 DE OCTUBRE | ★★★★★

EE UU, Reino Unido / 2025 / 89 min. / Universal

Dir.: Ethan Coen **Rep.:** Margaret Qualley, Aubrey Plaza, Chris Evans, Lera Abova

Parece que la separación profesional de los hermanos Coen ha dado alas a la vertiente más cómica y chalada de Ethan, quien, con la complicidad y la pluma de su mujer Tricia Cooke, guionista de no pocas cintas de su marido y su cuñado, continúa al pie del cañón haciendo cine y disfrutándolo.

Honey Don't! es un ejercicio muchísimo más engrasado que su predecesora, *Dos chicas a la fuga*, y por ello, muchísimo más divertido, probablemente porque el noir se preste a ser un tablero de juego más cómodo para el de Minnesota. Sea como fuere, en esta historia que suma tintes chandlerianos y lesbianismo para seguir las peripecias de Honey O'Donahue –una detective intriga por la muerte accidental de una cliente– aparecen muchos de los estilemas del cine de los Coen, desde la mezcla de géneros a los personajes variopintos, y a la vez la cinta posee una personalidad propia. Cabe decir que Qualley y Aubrey Plaza se apropian de buena parte de esa personalidad gracias a su presencia y magnetismo, pero también a unos diálogos que son oro. Poco importa que el relato se disperse y se quede en una minucia, porque *Honey Don't!* contiene lo que más nos divierte del cine: crimen, risas y sexo (lésbico). **PAULA ARANTZAZU RUIZ**

M Qualley y Plaza, la pareja más sexy del año.



LA HERMANASTRA FEA

ESTRENO 17 DE OCTUBRE | ★★★★★

[Den stygge stesøsteren] Noruega / 2025 / 110 minutos / Beta Fiction

Dir.: Emilie Blichfeldt **Rep.:** Lea Myren, Thea Sofie Loch Næss, Ane Dahl Torp

Si bien la retahíla de remakes de acción real producidos por Disney sugiere lo contrario, el primer largometraje de la noruega Emilie Blichfeldt deja claro que los cuentos populares aún pueden ser inspiración para el ingenio. Centrándose en un personaje tradicionalmente considerado antagonista, *La hermanastra fea* reescribe *La Cenicienta* en forma de relato de terror corporal, y nos transporta a un reino encantado en el que los ideales de belleza imposibles resultan en violencia explícita y gore.

A medida que la atención de Elvira (Lea Myren) a su aspecto se vuelve autodestructiva, la película se adentra en el terreno de lo cómicamente grotesco a través de imágenes de rinoplastias, mutilaciones y torturas oculares practicadas en busca de la aprobación masculina. Blichfeldt aumenta gradualmente el nivel de malestar que inflige al espectador al tiempo que contempla cómo la obsesión de su heroína por lograr la perfección física, lejos de permitir que aflore su belleza interior, corrompe su alma de tal modo que la podredumbre acaba explotando hacia el exterior. Y, en lugar de hacerlo con sutileza, prefiere derrochar furia y vitriolo deslumbrantes mientras aplasta la misoginia consustancial a los cuentos a base de paletadas de sangre y vómito. **NANDO SALVÁ**

M No es más cruel que el cuento de los Grimm, y su causa es más noble.



1 Octubre, 2025



LA PENÚLTIMA

MARIO VAQUERIZO

CUESTIÓN DE FE

Desde hace más de una década visito Ávila al menos dos o tres veces al año. Unos amigos poseen una casa del siglo XIX, de corte señorial, en la que disfruto de mi clausura particular. En gran parte debido al influjo del misticismo de una de mis santas favoritas: Santa Teresa de Jesús. Por tanto imaginarán que es necesaria y obligada mi peregrinación al convento de la Encarnación donde la mística abulense encontró el verdadero sentido a su vida. Y fue allí precisamente, entre sus claustros, sus celdas y un revelador dibujo de San Juan de la Cruz, donde presencié una escena que podría haber salido de la premiada y aplaudida *Los domingos* de la genial Alauda Ruiz de Azúa.

Con gran asombro asistí a la despedida familiar de una adolescente que decidía ingresar en la orden de clausura de las Carmelitas. Lo hacían a través de los mismos locutorios que conoció la santa. Una imagen que sobrecogía y angustiaba incluso a alguien como yo que reza todas las noches, va a misa y al que comulgar le hace sentir bien. ¿Por qué me asustó? ¿Dudé de la llamada que sintió esa chica? Su familia la aplaudía, aunque imagino que algunos no estarían de acuerdo o quizá no lo quisieran entender. Pero así es la fe y hay que respetarla. En todos los ámbitos. No hablo solo de religión. Hablo de una decisión consciente.

¿De qué sirven todos los sermones de respeto y tolerancia de los que tanto alardeamos últimamente? ¿Dónde está el verdadero respeto? ¿Es de recibo cuestionar y maltratar al padre de familia que decide dar rienda suelta a su verdadera naturaleza y da el paso a su nueva realidad y salvación transexual? Quien condene su libertad es una persona que no procede. ¿Debemos hacer lo mismo con ese ejecutivo agresivo que decide acabar con las finanzas para desaparecer de la escena bursátil y vivir en el pueblo más inhóspito con la sola compañía de cuatro cabras? No seré yo quien lo haga.

Es cierto que decisiones tan vitales, como la de decidir abandonar este mundo para irte a otro en el que te sentirás mejor, no están al alcance de todos aquellos que no las sentimos. Y eso es la fe: creer en la búsqueda de algo que te hará sentir mejor. ¿Eso es malo? Jamás. Es más, es lo que ha de prevalecer a nivel filosófico, religioso, social o doméstico. Interpretar la fe como libertad de acción, de pretender ser



dueño de tu vida y, por tanto, de alcanzar la felicidad. Tu felicidad. ¿Qué se hace cuando el estado ideal de los demás no es el tuyo? Respetar. Aunque la decisión del tercero no comulgue, nunca mejor dicho, con tu línea editorial.

Y no condenemos, la Santa Inquisición se supone que es cosa del pasado.

Un grupo de monjas reza ante la imagen de la Virgen.

ANTONIO HEREDIA

CINE NOTICIAS

El programa 'Nosotras Contamos' impulsado por Mujeres de Cine arranca en octubre

septiembre 30, 2025 | por Admin

Para esta edición del programa se han escogido 32 películas, 8 cortometrajes y 24 largometrajes. Algunas de los títulos son: *Romería* de Carla Simón, *La furia* de Gemma Blasco, *La buena letra* de Celia Rico o *Sorda* de Eva Libertad.

M MUJERES DE CINE

20
25 | NOSOTRAS CONTAMOS

DEL 1 DE OCTUBRE
AL 22 DE NOVIEMBRE

mujeresdecine.com

Organiza: **M MUJERES DE CINE** **river**

Con el patrocinio de: **GOBIERNO DE MADRID** **INSTITUTO DE LAS MUJERES**

Con el apoyo de: **MADRID**

Festival miembro de: **CANTALLA** **MATRIZ**

Mujeres de Cine, la iniciativa que nació en 2010 con el objetivo de visibilizar y promover el trabajo de cineastas españolas, ha presentado la programación de 'Nosotras Contamos'.

La muestra se celebrará del 1 de octubre al 22 de noviembre y recorrerá cinco Comunidades Autónomas: Andalucía, Cantabria, Castilla-La Mancha, Murcia y Madrid.

Para esta edición se han escogido 32 películas —8 cortometrajes y 24 largometrajes— que representan lo más significativo de la producción cinematográfica de la temporada.

Romería de Carla Simón, *La furia* de Gemma Blasco, *La buena letra* de Celia Rico o *Sorda* de Eva Libertad son algunos de los títulos que se podrán ver.

El programa acogerá también el estreno de la ganadora de la Concha de Oro de San Sebastián, *Los domingos*, de Alauda Ruiz de Azúa el 24 de octubre en el Cine Yelmo Ideal de Madrid. El acto contará con la presencia de la directora, quien mantendrá un coloquio posterior con el público.



‘Los domingos’ (Bteam Pictures).

Durante el certamen se realizarán otros encuentros entre las cineastas participantes y el público, como es el caso de la presentación de *Nosotros* por parte de su directora Helena Taberna y el escritor Isaac Rosa en Filmoteca de Córdoba el 8 de octubre; o los encuentros de Ingrid Santos, directora de *Ruido*, y Ainhoa Artetxe, actriz de *Jone*, a veces de Sara Fantova en Sala Equis de Madrid, 23 y 29 de octubre respectivamente.

Por su parte, el ciclo ‘Germinal’ pondrá en valor el talento emergente y llevará a cabo varios debates con las ocho directoras integrantes de la muestra en Cineteca (Matadero Madrid) los días 11 y 12 de octubre.

Sedes y localidades

Este año Nosotras Contamos estará presente en la Filmoteca de Andalucía en Córdoba y Granada, en la Filmoteca de Cantabria en Santander, en la Filmoteca de Albacete, en la Filmoteca Región de Murcia y en varios distritos de Madrid.

Las sedes de la capital serán la Academia de Cine, Sala Equis, Cine Yelmo Ideal, Matadero Madrid, y Centros Culturales en Carabanchel, Chamberí y Puente de Vallecas.

Asimismo, por segundo año, el programa mantiene la intención de ampliar su ámbito a zonas no urbanas, con la Jornada 'Nuevas Ruralidades', en Garganta de los Montes.

Un encuentro entre diversos colectivos de mujeres de la Sierra Norte de Madrid, donde las participantes pueden potenciar sus proyectos colaborativos y que contará con la presencia de Cristina Hernández, directora del Instituto de las Mujeres.

Lista completa de películas programadas

- *A piece of paper*, de Aitana Lopez Rodrigo.
- *Bulimia*, de Laura Raniela.
- *Cien libros juntas*, de Marga Melià.
- *Corre o viento*, de Paula Fuentes y Guillermo Cabrera.
- *Creo en mucho más que en la magia*, de Virginia Luengo.
- *El cuento de una noche de verano*, de Maria Herrera.
- *Fin de fiesta*, de Elena Manrique.
- *It's consuelo*, de Eva Min Pérez Hernández.
- *Jone, a veces*, de Sara Fontova.
- *La buena letra*, de Celia Rico.
- *La buena suerte*, de Gracia Querejeta.
- *La furia*, de Gemma Blasco.
- *La idea de una isla*, de Carmen Pedrero.
- *La infiltrada*, de Arantxa Echevarría.
- *La niña de la cabra*, de Ana Asensio.
- *La virgen roja*, de Paula Ortiz.
- *Lo que no vemos (pero está)*, de Vega Mancebo Hernández.
- *Los destellos*, de Pilar Palomero.
- *Los domingos*, de Alauda Ruiz de Azúa.
- *Los tortuga*, de Belén Funes.
- *Marisol, llámame Pepa*, de Blanca Torres.
- *Miss Carbón*, de Agustina Macri.
- *Nosotros*, de Helena Taberna.
- *Por donde pasa el silencio*, de Sandra Romero.

- *Prefiero condenarme*, de Margarita Ledo Andión.
- *Romería*, de Carla Simón.
- *Ruido*, de Ingride Santos.
- *Salve María*, de Mar Coll.
- *Sorda*, de Eva Libertad.
- *También esto pasará*, de Maria Ripoll.
- *Un baño propio*, de Lucía Casañ Rodríguez.
- *Una quinta portuguesa*, de Avelina Prat.

Toda la información sobre horarios y sedes se puede consultar en la página web oficial.



1 Octubre, 2025

EN PRIMER PLANO



Más dura será la caída

Presentado en la Sección Oficial del Festival de San Sebastián, **Los Tigres**, el séptimo largometraje de Alberto Rodríguez, explica el relato de dos hermanos unidos desde siempre al mar: un buzo, apodado el Tigre, angustiado por problemas personales y económicos, y una mujer profundamente herida desde la infancia.

LA PELÍCULA COMIENZA CON UNA IMAGEN del pasado. En una grabación doméstica podemos ver a los dos protagonistas en su niñez, los hermanos Antonio y Estrella, preparándose para sumergirse en alta mar en busca del reloj de su padre, un conocido submarinista, que es precisamente quien maneja la cámara y les explica las reglas de la competición. El premio por la victoria en el rescate es un auténtico tesoro, la pequeña máquina de pulsera. El hombre no está en cuadro. De hecho, esta figura, idealizada en la infancia y luego bajada del pedestal, con la enfermedad, no aparece físicamente en las tomas, ni siquiera de manera fugaz. Se trata de una suerte de invención romántica de los protagonistas, casi como los piratas de las viejas narraciones de aventuras, y también de un sueño imposible. Papá es una ficción progresivamente invasiva,

una sombra de utopías que ensucia con su herencia profesional, con la proyección infantil poetizada, el avance íntimo y laboral del hombre y la mujer interpretados por Antonio de la Torre y Bárbara Lennie. Por eso nosotros no lo podemos ver, naturalmente.

EL DESENCANTADO

En la grabación del prólogo observamos el rápido desarrollo del concurso y su resolución. Los dos niños se lanzan desde el barquito al agua, deprisa, en cuanto termina la cuenta atrás cantada por el padre mientras graba, y enseguida Antonio sale a la superficie con el reloj en la mano. Ciertamente, es una visión de un momento feliz de esta familia. Así lo entendemos, pero de inmediato averiguamos, ya situado el relato en el presente, lejos de la filmación casera, que se trata de un anuncio del futuro desplome de los hermanos. El salto de imágenes (y tiempos) es vertiginoso. La alegría añorada plasmada en un casete deja paso a la honda tristeza de los adultos recogida y explicada por la película a continuación.

El reloj, desde luego, es un clásico Macguffin, o tal vez su inestable réplica. A decir verdad, aparece en forma de perspectiva parcial, aunque esto, al principio, todavía no lo sabemos. La competición del aparato del tiempo no se ha mostrado completamente. Bajo el agua ocurren, ese día de dicha con el padre,

varias cosas muy importantes que iremos conociendo durante el desarrollo. Ahí, en las profundidades, Estrella se rompe, al tiempo que el adulto graba con atención la superficie del mar, esperando la conclusión de la prueba con la emersión de uno de los hijos. Ella es quien alcanza primero el reloj, que todavía hoy, muchos años después, Antonio luce con orgullo en la muñeca. Un dolor insoportable y desconocido atraviesa sus oídos cuando toca el tesoro, como si se tratara de una pieza sagrada prohibida. Entonces lo suelta y el hermano lo agarra. Aun cuando el impacto de la maldición no es evidente o inmediato en su caso, igualmente le pilló, tal y como el cineasta señalará más tarde en la película, con la amarga exposición de un informe de fracasos.

En consecuencia, la significación más destacada de la grabación de infancia se encuentra en su rara habilidad para conjeturar acerca del destino perdedor de los protagonistas. Estas miradas fugaces a la niñez son el anclaje involuntario y firme a aquella doctrina del fracaso, determinante en las narraciones pasadas, literarias o cinematográficas, asociadas a los géneros clásicos, a los bajos fondos y sus criaturas características, o a los aventureros avejentados obsesionados con la localización de un último y fabuloso tesoro. Una imagen de inocencia esconde sin apenas disimulo el derrumbamiento. Lo mismo que los detectives

Por Ramón Alfonso



1 Octubre, 2025

avinagrados en blanco y negro o los marginados, Estrella y Antonio cargan con sus penas en un relato, paso a paso, más cerrado y sin esperanza, de resonancias *houstonianas*.

El recuerdo del director de *El tesoro de Sierra Madre* (1948) no es extravagante o frívolo. Alberto Rodríguez entiende muy bien las configuraciones de su cine, y su repercusión particular y global, y las aplica a su texto, después de personalizarlas y adaptarlas a la escena y el periodo, el puerto de Huelva industrial de hoy día. Así, expone, otra vez, la feliz fusión de un penetrante estudio de caracteres con el rastreo deferente por los sistemas y las figuras, formales y morales, de un cierto cine de género norteamericano de ayer. La convencida entrega de los intérpretes a la causa y la chocante fascinación generada en la imagen por un entorno particular, establecido por la fiera unificación de naturaleza e industria, de manifiesto relieve político, consiguen rehabilitar la mirada más robusta e involucrada del cineasta.

LA LEY DEL SILENCIO

Hay un vínculo evidente entre *Los Tigres* y *La isla mínima* (2014). Las mejores películas de Rodríguez, de un modo u otro, reúnen y readaptan una parte de los procedimientos de Huston, y otros realizadores del periodo interesados en la cuestión de la derrota y el análisis punzante de la realidad inmediata, está claro. Pero la interacción de estas dos es mucho más profunda de lo usual por la electricidad compartida y el empeño de conformar una radiografía compleja, en planos personales y políticos, desde la percepción de unos individuos rotos, en distintos grado, y unos paisajes transformados, o a punto quizá de experimentarlo, debido a los intereses económicos. En el primer film la cámara se adentraba en las marismas del Guadalquivir, siguiendo a los dos policías protagonistas en su investigación de unas desapariciones, y encontraba en el espacio salvaje y sofocante su auténtica entidad. *Los Tigres* aumenta atravesando panoramas intervenidos y atmósferas de explotación. *La isla mínima* muestra a los forasteros de capital penetrando en una tierra convertida por la cámara en una hermética visión de mitos. Ahora vemos a dos figuras aferradas a la tierra de origen por distintos motivos, cruzarla, tratando de sobrevivir y justificarse, al tiempo que su universo específico se viene abajo. Las diferentes modificaciones sobre la existencia, explicadas en los films, las desencadenan la junta de los desequilibrios escalonados de los cuerpos y los escenarios. Aquí está la esencia de la gramática política de Rodríguez, en el testeo de los registros de la realidad (mitificada o no) tomados, pasajera y durante el desarrollo del apartado de la ficción. De esta manera, surge una sólida interacción de dimensiones. En la imagen de la película la realidad interviene sobre la ficción, y al revés, con el intercambio de energías y un continuado

cruce de expresiones y afirmaciones por las formas manipuladas y adulteradas, ese paisaje del puerto de Huelva y los dos hermanos.

Los Tigres se refiere a un mundo específico a punto de desaparecer. Esto, obviamente, se anuncia primero con la llegada sutil de los planos del conjunto, del puerto y de los parajes por los que circulan con automóvil los individuos, y seguidamente con el afianzamiento de

no más filosófico del relato, es el personaje más poderoso por la voluntad arriesgada de encerrarse en sí misma hasta provocar su desaparición, en último término, y la matizada creación entregada por Lennie. Entretanto, Antonio, con su unión profunda a los engranajes del texto policiaco a partir de la segunda parte, ofrece el recital más recreativo y fiable, procurando conseguir el dinero de la manu-



las historias particulares. En el apartado personal, la dramaturgia es clara. Las dos divisiones del relato central discuten la pérdida en diferente carácter y momento. Estrella, por su lado, maldita desde la infancia por el reloj perdido y la sordera provocada por una inmersión demasiado profunda, sacrifica su vida, la anula, incluso la sabotea, como vemos en el asunto de su candidatura para trabajar en un proyecto en Galicia, para ser la cuidadora de su familia, primero de su padre y ahora de su hermano. Ella, sujeta al testimo-

tención de sus hijas con un chanchullo montado sobre la base del robo de una cocaína oculta en uno de los petroleros inspeccionados en su trabajo de buzo. La idea del fin del mundo propio, anunciada por un accidente laboral, se plasma muy bien con el examen de las angustias de un hombre de mar que ya no puede volver a sumergirse. Como en un cuento lejano de leyendas, el mar da todo a los personajes para arrebatarlo más tarde. La síntesis de esto quizás se encuentra en la grabación doméstica de la infancia. ■

España-Francia, 2025. **Director:** Alberto Rodríguez. **Productores:** Fran Araújo, Domingo Corral, Guillermo Farré, Jean Labadie, Manuela Ocón, Guillermo Sempere, Koldo Zuazua. **Guion:** Alberto Rodríguez y Rafael Cobos. **Fotografía:** Pau Esteve Birba, en color. **Música:** Julio de la Rosa. **Intérpretes:** Antonio de la Torre, Bárbara Lennie, Joaquín Núñez, Skone, César Vicente, Silvia Acosta.



Alberto RODRÍGUEZ

RODÓ SU PRIMERA PELÍCULA EN EL 98, *EL FACTOR PILGRIM*. DESDE ENTONCES HASTA *Los Tigres*, THRILLER PROTAGONIZADO POR ANTONIO DE LA TORRE Y BÁRBARA LENNIE, ES UNO DE LOS NUESTROS

POR **Andrea G. Bermejo**

Este año me has dado mucho trabajo”, le digo a Alberto Rodríguez (Sevilla, 1971) antes de la entrevista. “Pues imagínate lo que he trabajado yo”, se ríe el director de *La isla mínima*, que este otoño estrena película y serie. A finales de octubre podremos ver en el cine *Los Tigres*, thriller en el que Bárbara Lennie y Antonio de la Torre interpretan a dos hermanos buzos metidos en un lío de droga. Y el noviembre estrenará en Movistar Plus+ *Anatomía de un instante*, adaptación seriada del célebre libro de Javier Cercas. **Hubo un momento en el que estabas trabajando en las dos...** Sí. Buscaba localizaciones por la mañana y por la tarde terminaba el sonido de *Los tigres*.

El trabajo de sonido ha tenido que ser muy complejo. Sí. Era la primera vez que trabajaba con Gabri [Gutiérrez], pero nos entendimos desde el primer momento. Creo que tiene un concepto del sonido que se parece a lo que yo tengo en la cabeza. Yo pienso mucho en el sonido cuando rodamos, en qué se puede hacer aquí, qué podemos quitar, desde dónde se debería escuchar esto... En *Los Tigres* podría ser mucho más tramoso el sonido, pero creemos que tiene bastante coherencia dentro de lo complejo que es. Hay muchas cosas que tienen que ver



Bárbara Lennie y Antonio de la Torre, hermanos buzos en *Los Tigres*.

con la respiración, con el sonido debajo del agua, que es completamente distinto, con el ritmo, con esa especie de pulsómetro que hay en todo momento debajo del mar... Y todo eso está enmascarado dentro de los doscientos sonidos que mete Gabri, de los motores de los barcos, una bomba y más cosas que se van distribuyendo en la sala y en la pantalla. Por eso creo que es una película que es importante ver en una sala de cine. Porque hay una parte de espectáculo importante, aunque la esencia de la película no está ahí.

Pero tu cine ha sido siempre así. Siempre hay una coartada de thriller para hablar de una realidad social. Es cine social envuelto en cine de género.

Sí. Pero aquí es una cosa tan sutil que tengo la sensación de que alguna gente se va a quedar en la superficie. No me importa. Esta película, a pesar de que tiene ese aspecto espectacular, cuenta una historia importante. Es la historia de una gente que se juega la vida todos los días. El otro día me llamó Gabriel, de

Lennie y De la Torre con Alberto Rodríguez, el director.





1 Octubre, 2025

una asociación de buzos profesionales que nos han asesorado, y me pidió que contase la situación en la que están, que entre este mes y el pasado han muerto tres buzos, que es un trabajo muy precario y que te juegas la vida. Es un trabajo en el que no hay posibilidad de que las cosas sean un poco mejores. Si las cosas no están bien ahí abajo te mueres. Por ejemplo, los buzos que trabajan en pantanos. Son peligrosísimos. Nos contaban la historia de un buzo que estaba reparando una tubería de salida. La plancha en una parte no había sido bien sellada. Se acercó ahí y directamente lo succionó. O sea, lo descompuso. Lo convirtió en mil cachitos. Y ese trabajo no es de los mejor pagados, por ejemplo. Es una profesión muy jodida.

¿Cómo ha sido rodar debajo del agua?

Pau Esteve es el director de fotografía. Pero dimos con Eric Börjesson, un operador sueco que es buzo y ha sido él el que ha hecho la fotografía submarina y el que nos ha enseñado cómo se hace todo, porque en realidad nosotros no teníamos ni idea. Cómo haces para resistir la corriente, para aguantar la profundidad... Hay un montón de reglas para rodar dentro del agua. Estás absolutamente condicionado por el mar, por lo que el mar ese día te deja o no hacer. Es curioso. Solo conozco a dos suecos. Uno es el actor de *El factor Pilgrim* y el otro es nuestro operador de cámara de *Los Tigres*. Pues, cosas de la vida, ¡se conocen! El trabajo con él ha sido muy fácil. Es un hombre muy prudente, muy inteligente. Hemos trabajado con una tripulación de buzos profesionales. Tanto en la parte que se hizo en Huelva, todo el exterior, como en lo que se hizo en Algeciras. Cuando un buzo se sumerge, sea el actor o el doble, la filmación se sumerge, el cámara se sumerge, el ayudante de cámara se sumerge, dos de seguridad... Había momentos que estábamos en la piscina y había 12 buzos metidos ahí dentro. Hay unas normas muy estrictas para que no haya ningún problema en ningún momento. Y luego hay atrevidos que están ahí pendientes de si se mueve algo, de si el decorado está bien...

¿Y la iluminación?

Es algo con lo que hemos aprendido muchísimo. Mucho lo rodamos con luz natural. Del sol, vamos. En la piscina se colocaron unos plásticos encima para poder tamizar la luz porque se supone que mientras más profundo te sumerges, menos luz hay. Y luego está la secuencia nocturna. Alquilamos un barco sardinero y rodamos con sus luces. Se le ocurrió a Pau. Yo estoy muy contento, creo que ha hecho un trabajo de foto buenísimo. Hay secuencias debajo del agua que un plano está hecho en estudio, otro está hecho en el mar y otro, en otro estudio distinto. Hemos rodado hasta a través de una pecera. Siempre pasa lo mismo. Empiezas como en una superproducción y acabas como en un cortometraje.

¿Tenías claro que Antonio de la Torre tenía que ser el protagonista?

Luces, acción y buzo al agua! Escena subacuática de *Los Tigres*.



Sí. El personaje se llamaba Antonio en el guion. Habíamos hecho dos películas con él, teníamos la sensación de que encajaba en el personaje como un guante. Él es muy deportista. Corre maratones, es un tío que se mantiene físicamente muy bien. Volver a trabajar con él fue volver a hacernos con esa fuerza de la naturaleza, porque Antonio es un vendaval. No fue fácil pero creo que él ha hecho un trabajo genial y estoy contento de que nos dijera que sí, porque también tenía otros proyectos y dijo que sí a este. Y Bárbara [Lennie] vino por Eva Leira y Yolanda Serrano, las directoras de casting. Vimos mucha gente. Pero la inteligencia que tiene Bárbara es una cosa... Pocas veces he visto a una actriz que tenga su intuición. El trabajo fundamental fue convertirlos en hermanos, pero ahí pusieron ellos mucho de su parte. Y el resto del elenco, repetimos con habituales como Joaquín Núñez pero también hay descubrimientos, como Skone, que es un rapero pero viene del arte dramático. Un tío muy competente.

En nada se cumplen 30 años del inicio de tu filmografía.

Sí. Se estrenó en el 2000, pero *El factor Pilgrim* la rodamos en el 98. No fue hasta que llegó nuestro productor, José Antonio Félez, que la arreglamos y la terminamos. Nos dejó rodar una semana más porque teníamos una película a la que le faltaba un poco de sentido. Gracias a él se convirtió en una película profesional.

¿Qué sientes cuando miras atrás?

Que he tenido mucha suerte de poder dedicarme a este trabajo. O sea, básicamente, cuando estábamos haciendo *El factor Pilgrim*, yo pensaba: "Si acabamos esta película, será increíble. Si está bien, será un milagro". Porque aquello no tenía ninguna pinta de ir a ningún sitio, ¿sabes? De hecho, creo que es lo mejor que hicimos, no pensar que estábamos haciendo algo importante. La hicimos con la filosofía de divertirnos y ver adónde nos lleva esto. Así que, si miro para atrás, me parece inaudito que yo haya hecho nueve películas y unas cuantas series y que pueda vivir de esto. Porque no estábamos en el sitio que teníamos que estar. No conocíamos a nadie en Madrid, no teníamos contacto con la industria. Al principio éramos unos salvajes rodando como locos todo el tiempo. Y también creo que le debo mucho a Félez. Ha habido altibajos. Fracasos estriptosos como *After*, por ejemplo. Yo creía que habíamos hecho una película estupenda desde el momento en que la acabamos y luego, puf, desapareció en la nada. Fue muy duro y coincidió con que después vino la crisis económica. La suerte fue que Mario Casas quiso hacer *Grupo 7*, eso nos puso en el mapa de nuevo.

¿Con qué cineasta de estos últimos 30 años has crecido?

Muchas veces vuelvo atrás porque, ¿cómo puede ser tan moderno Pasolini? Nos da un baño de modernidad a todos. Pero no sé, me ha fascinado siempre Winterbottom por esa capacidad de saltar de proyecto en proyecto, de acertar siempre y ser tan libre.

'Los Tigres' ESTRENO 31 DE OCTUBRE



Los Javis ruedan 'La bola negra'

Cine. La Plaza de Santa Ana, ya cerrada al tránsito, es uno de los escenarios donde se grabará esta historia vinculada a Federico García Lorca y que cuenta con talento granadino delante y detrás de las cámaras



Plató

La Plaza de Santa Ana, cubierta de tierra y preparada para la grabación de la película. J. E. C.

Elenco

'La bola negra', dirigida por Javier Calvo y Javier Ambrossi, está protagonizada por Guitarricadela Fuente, Miguel Bernardeau, Carlos González, Lola Dueñas y Penélope Cruz.

JOSÉ E. CABRERO



Cartel

Imagen promocional de 'La bola negra', inspirada en una obra inacabada de García Lorca. R. I.

En escena

Guitarricadela Fuente, protagonista de la historia, con Los Javis en el set de rodaje. C. OSET



TESTIMONIOS

Javier Calvo
Cineasta



«No sentíamos que estábamos imaginando una historia sino recordándola, casi como desenterrándola»

Javier Ambrossi
Cineasta



«Tiene una parte de adaptación teatral, otra de imaginación y otra de introspección»

blo Morillas, director de maquillaje Mariló Osuna, y la directora de movimiento Belén Martí Lluch. Alberto Gutiérrez firmará el montaje y Raúl Refree la música de la película. Todos repiten con Javier Calvo y Javier Ambrossi tras 'La Mesías'.

A ellos se suman Laura Pedro como supervisora de efectos visuales, Pau Costa como supervisor de efectos especiales (ambos, por cierto, estuvieron en 'La sociedad de la nieve', rodada también en Granada) y Clara Salvador como jefa de localizaciones. Mariano Piñeiro es el director de producción y Álvaro Riesgo es el coordinador de dirección. El guion lo firman Calvo, Ambrossi y también Alberto Conejero.

La escritura

«El proceso creativo de 'La bola negra' comenzó con una labor de documentación e investigación histórica que hemos mezclado con un trabajo literario precioso con Alberto Conejero», explica Javier Ambrossi. «Tiene una parte de adaptación teatral, otra de imaginación y otra de introspección para proyectar sobre todas las tramas nuestra identidad».

Por su parte, Javier Calvo, habla de la experiencia «emocionante y compleja» de escribir 'La bola negra'. «No sentíamos que estábamos imaginando una historia sino recordándola, casi como desenterrándola. Sacando a la luz unos personajes, una historia, unos diálogos y una herida que no sabíamos que existían pero que de alguna manera latían dentro. Es un texto que nos toca profundamente y que nos hace entender por qué nos dedicamos a esto».

Granada vuelve al cine a lo grande, con una película que promete emocionar a los espectadores y, sin duda, a la tierra, esa misma tierra que tan fuerte pisó un tal Federico García Lorca.

Los Javis –Javier Calvo y Javier Ambrossi– ya están por Granada para rodar 'La Bola Negra', película muy vinculada a nuestra tierra que toma el título de una obra inacabada de Federico García Lorca. Y tierra es, precisamente, lo que hay en la Plaza de Santa Ana: un terral marrón protegido por unas vallas que anuncian la grabación: «Reservado por rodaje cinematográfico desde las 00.00 del día 30/09/2025 a las 23.59 horas del día 04/10/2025». Es decir, desde el miércoles hasta el sábado. En ese cartel, se hace referencia a la empresa Los Esquiadores AIE, que es la entidad que unifica a los productores del film: Movistar Plus+ y Suma Content Films, en coproducción con El Deseo y Le Pacte (Francia).

El rodaje de 'La bola negra' comenzó a principios de septiembre en Burgos y se extenderá a lo largo de 12 semanas por Cantabria, Madrid, parte en el extranjero y, claro, Granada. Así, la película cuenta con mucho talento granadino implicado delante y detrás de las cámaras: actores, equipo artístico, producción, ayudantes de dirección, vestuario, localizaciones... Lo que no deja de ser un impulso y un enorme respaldo al talento audiovisual granadino.

Porque 'La bola negra' no es una película cualquiera, hablamos de una gran producción que cuenta con un elenco de lujo: el cantante Guitarricadela Fuente (que debuta en el cine), Miguel Bernardeau ('Querer', 'Élite'), Carlos González ('La vida bre-

ve'), Lola Dueñas ('La Mesías') y la oscarizada Penélope Cruz ('Volver').

¿Y qué sabemos exactamente del rodaje en Granada? ¿Veremos por aquí a los protagonistas? ¿Cuándo y dónde? Eso todavía es un misterio. Sabemos que rodarán por distintos –y muy variados– lugares de la ciudad, que habrá muchos granadinos jóvenes participando –los que ficharon en los distintos castings– y que serán, sin duda, unos días muy intensos de trabajo. Luces, cámaras...

Acción

'La bola negra' será la primera película de Suma Content Films, la productora fundada por Javier Ambrossi y Javier Calvo. ¿Y de qué trata el film? Esta es la sinop-

sis oficial: «Narra las vidas interconectadas de tres hombres en tres épocas distintas. Tres existencias íntimamente ligadas por la sexualidad y el deseo, el dolor y la herencia; y una de las últimas obras, inacabada, de Federico García Lorca».

Tras el éxito incontestable de 'La Mesías', que ganó el reconocimiento de público y crítica, Los Javis vuelven a dirigir una obra de su autoría, con un estreno previsto en salas para 2026. 'La bola negra', que se rueda en 35 milímetros, cuenta con Gris Jordana como directora de fotografía, el director de arte Roger Bellés, la figurinista Ana López Cobos, las directoras de casting Eva Leira y Yolanda Serrano, el jefe de sonido Rodrigo Madrigal, el responsable de peluquería Pa-



1 Octubre, 2025



En el sentido de las agujas del reloj: Clara Segura y Juan Diego Botto charlando, Elisabet Casanovas, Óscar de la Fuente e Iván Marcos, y Elena Martín a golpe de libreta.

Una de espías españoles

El Centro aborda los desafíos personales y profesionales a los que se enfrenta un grupo de oficiales de inteligencia del CNI. David Moreno es su creador

POR *Diana Arrastia*

¿Cómo es un espía español? ¿Cuáles son los retos que encara en su día a día? Son dos de las preguntas que David Moreno se formuló antes de iniciarse en el ejercicio de crear *El Centro*, una serie original Movistar Plus+. “El género de espías es uno de mis favoritos y llevaba mucho tiempo rondándome la cabeza. Quería contar una historia que, aunque no hubiese sucedido tal cual en la realidad, pudiese haber sucedido o estar sucediendo ahora mismo”, dice. Una historia que defiende, a lo largo de seis capítulos, un reparto coral formado por Juan Diego Botto, Elena Martín, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura y Tristán Ulloa, entre otros. En la dirección, David Ulloa.

David Moreno escogió como contexto el Centro Nacional de Inteligencia (CNI): hermético, desconocido, inaccesible. “Forma parte de la naturaleza de cualquier servicio de inteligencia. Además, en el caso del CNI y de los espías españoles, ni nuestra cinematografía ni nuestra literatura han desarrollado muchas obras de ficción sobre ellos como sí que se ha hecho desde el mundo anglosajón. Eso es lo que lo hace más interesante para mí, desde el punto de vista creativo y de ciudadano”. Para documentarse, devoró todo lo que pudo. “Material de no ficción, noticias, artículos, etc. Durante ese proceso, iniciamos un acercamiento al CNI. Esa parte fue

algo más lenta, pero acabó siendo fundamental. Hablar con ellos, ponerles cara, preguntarles y analizar, sobre todo sus silencios, me ayudó a que los procedimientos y el lenguaje que utilizan nuestros personajes fuese realistas”.

El resultado es un thriller de espionaje ambientado en la actualidad, pero con ecos de la Guerra Fría. “Después de unas cuantas décadas en las que parecía que la amenaza de seguridad global era el terrorismo, la guerra en Ucrania nos ha devuelto de golpe a esa época. Los periódicos y los telediarios han vuelto a hablar de agentes rusos, de sabotajes y de asesinatos”. La trama de *El Centro* arranca con una muerte que destapa una operación internacional y lleva a los protagonistas a una carrera contrarreloj para descubrir a un traidor en sus filas, al tiempo que intentan desmantelar una conspiración liderada por un enigmático agente ruso. “Un topo es uno de los mayores problemas a los que se puede enfrentar un servicio de inteligencia. Es un gran reto a nivel procedimental: tienes que investigar a tus propios compañeros, desconfiar de ellos... Pero es aún más complejo desde el aspecto emocional. Descubrir que uno de tus compañeros es un traidor que te está poniendo en peligro es un shock”.

‘El Centro’ 9 DE OCTUBRE MOVISTAR PLUS+

1 Octubre, 2025



Las plataformas recuperan nuevas entregas de 'Nadie quiere esto' o 'La diplomática', y estrenan apuestas como 'It: bienvenidos a Derry', precuela del libro de Stephen King

Mafia italiana, espías españoles y un asesino psicópata de Wisconsin

NATALIA MARCOS
Madrid

Asesinos en serie, mafia, romance, comedia y terror, y un buen número de propuestas españolas. Octubre trae a las plataformas una curiosa novedad que no lo es: *El camorrista*, una serie italiana de Giuseppe Tornatore a partir del largometraje que sí tuvo un breve paso por los cines y que llevaba 40 años inédita; también la precuela de *It*, la novela de Stephen King que ha tenido ya diversas adaptaciones y nuevas entregas de varios éxitos de Netflix.

● **El camorrista.** En 1985, el cineasta Giuseppe Tornatore, que cuatro años después ganaría un Oscar por *Cinema Paradiso*, se embarcó en un ambicioso proyecto basado en la figura de Raffaele Cutolo, uno de los capos de la mafia más influyentes de la historia, fundador de la Nuova Camorra Organizzata. El plan era estrenar una película y una serie con el material rodado. El filme tuvo un breve paso por los cines de Italia, pero la serie no llegó a estrenarse por la presión de los abogados de Cutolo. Restaurada en 4K, ha visto la luz recientemente en festivales y ahora se estrena en televisión. Ben Gazzara interpreta al protagonista y la española Laura del Sol encarna un personaje inspirado en la hermana del jefe mafioso. Se estrena mañana en AMC+.

● **Monstruo: la historia de Ed Gein.** Después de Jeffrey Dahmer y los hermanos Menendez, Ryan Murphy y Ian Brennan ponen el foco en otro conocido asesino estadounidense, Ed Gein. La investigación por la desaparición de una mujer, encaminó a la policía hasta la casa de Gein, una granja en una zona aislada de Wisconsin. Allí encontraron no solo su cuerpo colgado y decapitado, sino también variopintos objetos hechos con piel y huesos humanos, entre otros trofeos procedentes de sus víctimas y de las tumbas que había profanado. Su caso sirvió de inspiración a célebres asesinos de ficción como el Leatherface de *La matanza de Texas*, el Norman Bates de *Psicosis* o el Buffalo Bill de *El silencio de los corderos*. En la serie, Charlie Hunnam (*Hijos de la anarquía*) interpreta a este criminal que forma parte del imaginario estadounidense. Desde el viernes, en Netflix.

● **La suerte.** Ricardo Gómez interpreta a un opositor que trabaja por las noches como taxista con la licencia de su padre. Su vi-



Un momento de *El camorrista*.

da cambia la noche en que salva la vida al chófer de la cuadrilla de un reconocido torero, conocido como Maestro (e interpretado por Óscar Jaenada). El éxito que obtiene en su siguiente corrida les lleva a pensar que el taxista ha dado suerte al torero, por lo que se convertirá en su chófer privado. El choque de puntos de vista (el conductor sostiene que el torero es tortura animal) no impedirá que se forje una relación de amistad entre los dos. Paco Plaza y Pablo Guerrero son los creadores de esta comedia de seis capítulos de 30 minutos de duración. A partir del miércoles que viene, en Disney+.

● **El Centro.** Cuando una misión del Centro Nacional de Inteligencia fracasa, queda al descubierto una operación internacional de los servicios de Inteligencia rusos que los españoles tratarán de desmantelar. El *thriller* de espionaje creado por David Moreno y protagonizado por Juan Diego Botto se adentra en el día a día de los trabajadores del CNI para mostrarlo de la forma más fidedigna posible. La trama se despliega en seis episodios que muestran tanto la vertiente personal como la profesional de los agentes. Se estrena el día 9, en **Movistar** +.

● **La diplomática.** El *thriller* político que protagoniza Keri Russell estrena una tercera temporada de ocho episodios que retoma la historia en el punto donde se quedó la segunda, cuando la

embajadora de EE UU en el Reino Unido acaba de enterarse de que su presidente ha muerto y, por tanto, la vicepresidenta a la que acusó de estar detrás de un ataque terrorista contra un barco británico es ahora la nueva presidenta. Allison Janney y Bradley Whitford ganan protagonismo en la nueva entrega de esta adictiva serie. Desde el día 16, en Netflix.

● **Bookish.** El actor y guionista Mark Gatiss (cocreador de *Sherlock* y guionista durante varias temporadas de *Doctor Who*) es el creador y protagonista de esta serie de misterio con un detective excéntrico e ingenioso en el Londres de 1946. Book es un antiguo espía militar que ahora es propietario de una librería.

Una carta del mismísimo Churchill le da acceso a las escenas del crimen para poder ayudar a la policía en sus casos más complejos. La historia arranca cuando un joven exconvicto llega a su tienda para trabajar de ayudante. Los seis episodios (que se agrupan de dos en dos y en los que se desarrollan en paralelo varios casos) van mostrando el pasado del protagonista en una historia bien ambientada e interpretada. El 21, en Filmin.

● **Entrepreneurs.** Tras años retratando a la sociedad contemporánea con sus vídeos en internet, Pantomima Full se lanza a la creación de una serie de ficción. Los 10 episodios de la comedia creada y protagonizada por Ro-



Los protagonistas de *La Ruta. Vol. 2: Ibiza*.

ber Bodegas y Alberto Casado siguen a un grupo de emprendedores que ambicionan convertirse en los CEO del futuro. Cada día, acuden a un espacio de trabajo creado por un millonario ocioso y un gurú del emprendimiento en busca de su asesoramiento. Una propuesta que promete ahondar en ese ácido retrato generacional en el que se han especializado sus responsables. El día 23, en Disney+.

● **Nadie quiere esto.** Ahora que Joanne y Noah han afianzado su relación, llega el momento de hacer frente a los problemas cotidianos y de mirar a medio y largo plazo. La religión sigue siendo un problema en la relación de una agnóstica y un rabino, una cuestión que han ido dejando de lado pero que cada vez resulta más acuciante afrontar. La comedia romántica que protagonizan Kristen Bell y Adam Brody fue un éxito en su primera temporada gracias al carisma de sus protagonistas y a un potente grupo de personajes secundarios. Ofrecía justo lo que prometía, la clásica comedia romántica de atracción de polos opuestos, y le daba un aire fresco y renovado. A partir del día 23, en Netflix.

● **La ruta. Vol. 2: Ibiza.** La primera temporada de *La ruta* sorprendió por su propuesta narrativa: la historia se contaba empezando por el final. La evolución de un grupo de amigos en los años de la Ruta del Bakalao se convertía en un puzzle del que el espectador conocía primero el final para terminar viendo cómo empezó todo. Una fórmula arriesgada que funcionaba mejor según iba avanzando. La nueva temporada apuesta por una doble línea temporal y un juego de espejos entre personajes. Una de esas líneas recupera al protagonista, Marc Ribó (interpretado por Álex Monner). Ahora es el DJ residente de la discoteca Amnesia en Ibiza. Estamos en 1996 y la isla está a punto de convertirse en capital del ocio mundial. En los años setenta, todavía era un oasis de libertad en pleno franquismo, y allí vivían los padres de Marc antes de morir en un accidente aéreo. Desde el día 26, en Atresplayer.

● **It: bienvenidos a Derry.** En su novela *It*, Stephen King explicaba cómo el mal, que se manifestaba en forma del payaso Pennywise y que traía una ola de violencia antes de volver a hibernar, despertaba en el pueblo de Derry cada 27 años. La primera película que dirigió Andy Muschietti basada en el libro se situaba en 1989. Esta serie, que se plantea como una precuela de aquel filme, viaja a 1962 (el plan es que haya tres temporadas y las próximas se sitúen en 1935 y 1908). Un grupo de adolescentes tendrá un papel fundamental cuando el mal despierte en el pueblo. Bill Skarsgård vuelve a interpretar al payaso en una serie en la que Andy Muschietti dirige varios episodios. El día 27, en HBO Max.

Las series que se estrenan en octubre 2025 y que van a tenerte enganchada todo el mes

Los estrenos de octubre harán que no te puedas separar de la televisión en todo el mes. Regresan muchas de tus series favoritas y se estrenan ficciones que te engancharán.

Cristina Vila 30 de septiembre de 2025, 08:25



El inicio del mes de octubre confirma el comienzo del otoño. Las temperaturas bajan, empiezan a sucederse las lluvias y, de pronto, abandonamos las ganas de salir, optando por quedarnos en el sofá de casa viendo nuestras series favoritas. Y es que no hay plan mejor que el prepararnos unas palomitas y hacer un buen maratón de tarde mientras escuchamos cómo las gotas de lluvia golpean los cristales.

Quizás es por esto por lo que las plataformas de streaming suelen aprovechar el inicio de los meses de frío para sus estrenos más esperados del año. Este octubre 2025, Disney + lanza 'Entrepreneurs', una serie de los humoristas de 'Pantomima Full' que pretende hacernos reír hasta acabar con agujetas.

Netflix recoge el éxito del documental de David Beckham, para lanzar uno de Victoria Beckham, en el que la propia diseñadora narrará su vida al mismo tiempo que se prepara para el desfile más importante de la carrera. También veremos el regreso de series románticas como 'Nadie quiere esto', de fantasías como 'The Witcher' o series españolas como 'Respira'.

Es evidente que el mes de octubre va a ser más que entretenido. Lo que no nos quedará claro es por qué serie debemos empezar. Para que podamos ir decidiendo, te dejamos cuáles son las series más esperadas de octubre 2025.

Las series que estrenan temporada este mes

- 'High Potential' (T2) - Disney +, 7 de octubre.
- 'Vuelven los magos de Waverly Place' (T2) - Disney +, 8 de octubre.
- 'Mentes brillantes' (T2) - Movistar Plus, 15 de octubre.
- 'La diplomática' (T3) - Netflix, 16 de octubre.
- 'Baby Bandito' (T2) - Netflix, 22 de octubre.
- 'Nadie quiere esto' (T2) - Netflix, 23 de octubre.
- 'Doc' (T2) - Movistar Plus, 29 de octubre.
- 'The Witcher' (T4) - Netflix, 30 de octubre.
- 'Respira' (T2) - Netflix, 31 de octubre.

Series imprescindibles para octubre 2025

'Animal' (Netflix, 3 de octubre)

Luis Zahera, uno de los mejores actores de nuestro país, protagoniza esta serie de Netflix, con el que la plataforma ha decidido empezar fuerte el mes. Un veterinario gallego sin dinero debe trabajar en la boutique de mascotas de su sobrina. Así, debe adaptarse a la transición de vivir en el campo a vender caprichos para perros mimados.

'Monstruo: La historia de Ed Gein' (Netflix, 3 de octubre)

La tercera temporada de 'Monster' nos trae la historia de Ed Gein, un criminal de los años 50, acusado de asesinar a mujeres, además de profanar tumbas. El hombre usaba restos humanos para fabricar objetos. Una vez más, se trata de una historia espeluznante dentro de las series de crímenes.

'La suerte' (Disney +, 8 de octubre)

Una comedia española que no dejará a nadie indiferente, con personajes que se unen sin tener nada que ver entre sí. David es un chico que oposita pero que, por las noches, suele trabajar como taxista. De forma inesperada, es contratado para ser el chófer de un torero retirado que busca recuperar su prestigio. Juntos recorrerán España, enfrentando grandes desafíos y creando una relación que les marcará para siempre.

'Néro' (Netflix, 8 de octubre)

Es una serie de época completamente diferente a lo que hemos visto nunca. Nos lleva a Francia en el siglo XVI, donde Néro, un asesino despiadado, se reencuentra con la hija que abandonó, sin esperarlo. Ambos deben hacer un viaje lleno de peligros y él deberá elegir si debe cambiar su vida o no.

'El centro' (Movistar plus, 9 de octubre)

Si hablamos de series españolas, Movistar Plus no tiene rival. Esta vez, la plataforma nos trae una trama de espionaje dentro del CNI, el Centro Nacional de Inteligencia. Todo comienza con un asesinato que acaba destapando una operación de los servicios de inteligencia rusos. Los trabajadores del CNI tendrán que trabajar a contrarreloj para desmantelarla por completo.



'Victoria Beckham' (Netflix, 9 de octubre)

Si el documental de David nos resultó fascinante, el de Victoria nos dejará sin palabras ¿Cómo pasó de ser la pija de las Spice Girls a una de las diseñadoras más reputadas de la moda contemporánea? Ella misma nos lo cuenta mientras se prepara para el desfile de moda más importante de toda su carrera.

'Reclutas' (Netflix, 9 de octubre)

Está inspirada en las memorias 'The Pink Marine' de Greg Cope White. Mezclando drama y humor, nos lleva a los años 90, cuando el ejército no admitía a personas gay. Cameron es un joven que se alista junto a su mejor amigo, buscando un propósito en la vida, como forma de escapar de su sexualidad.

La situación es muy dura: las reglas, el entrenamiento y la presión física y mental. Mientras tanto, Cameron deberá enfrentarse a sí mismo y forjará lazos inesperados.

'Muerte en la familia Murdaugh' (Disney +, 13 de octubre)

Una serie basada en hechos reales, sobre el escándalo y la caída de la familia Murdaugh en Carolina del Sur, muy poderosa en la zona. Todo cambia cuando Paul Murdaugh, el hijo de la familia, está implicado en un accidente de barco en el que muere una mujer. A partir de ahí, salen a la luz hechos inquietantes: aparecen acusaciones de fraude, corrupción y se investigan las muertes de personas cercanas a la familia que amenazan con acabar con todo lo que han construido.

'Nadie nos vio partir' (Netflix, 15 de octubre)

Ambientada en los años 60, nos cuenta cómo una madre busca sin descanso a sus hijos, que fueron secuestrados por su marido como venganza. Ello provocará que dos grandes familias de la comunidad judía mexicana acaben enfrentadas.

'El monstruo de Florencia' (Netflix, 22 de octubre)

Se basa en los crímenes reales del llamado Monstruo de Florencia, que aterrorizó a toda Italia durante muchos años. Normalmente atacaba a parejas jóvenes en zonas apartadas. Normalmente, con una pistola. En la serie no solo vemos su modus operandi, sino también la complejidad de la investigación, debido a pistas confusas, la existencia de varios sospechosos, grandes errores de la policía y una gran variedad de teorías.

'Lazarus' (Amazon Prime, 23 de octubre)

Tras sufrir la pérdida de su padre, Joel Lazarus, psicólogo forense, decide volver a su ciudad natal. Aunque todo apunta a que fue un suicidio, comienzan a suceder cosas que le hacen dudar de si eso fue realmente lo que pasó.

Al mismo tiempo, se da cuenta de cómo quizás el asesinato de su hermana hace 25 años podría estar relacionado con todo ello.

'Entrepreneurs' (Disney +, 23 de octubre)

Los humoristas detrás de 'Pantomima Full', protagonizan esta comedia que muestra el día a día de emprendedores en un coworking, creado por Gonzalo, hijo de un rico empresario. Para ello, se unirá a un gurú emprendedor que le vende humo, Jacobo. El negocio se llena de freelances con trabajos fuera de lo común que buscan dejar su huella en el mundo (con poco éxito).

Todos los estrenos y regresos

Las 10 series que no te puedes perder este octubre

Entre los estrenos de Netflix, HBO, Disney+, Prime, Movistar Plus+, Apple TV+, Filmin, SkyShowtime y Atresplayer destacan 'Monstruo: la historia de Ed Gein', 'IT: Bienvenidos a Derry', 'Nadie quiere esto', 'El centro' y 'Animal'



Adam Brody en 'Nadie quiere esto', Juan Diego Botto en 'El centro' y 'IT: bienvenidos a Derry' / EPC

Marisa de Dios 30 SEPT 2025 8:00

El mes de octubre viene de lo más cargado en estrenos de series en las plataformas de 'streaming'. Hay regresos esperados, como 'Monstruo. La historia de Ed Gein'; 'La diplomática', 'Nadie quiere esto', 'Respira' y 'La ruta. Vol. 2: Ibiza'. Pero también novedades como 'IT: bienvenidos a Derry'; 'Animal', con Luis Zahera; 'La suerte', con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez; 'El centro', con Juan Diego Botto; 'Bookish', con uno de los creadores de 'Sherlock'; 'El camorrista', de Giuseppe Tornatore, un 'thriller' de mafiosos italianos que ha estado en el cajón durante décadas, y 'Pequeños desastres', con Diane Kruger.

MONSTRUO. LA HISTORIA DE ED GEIN

Día 3. Netflix

Ryan Murphy e Ian Brennan siguen explorando la sangrienta crónica criminal de EEUU con la tercera entrega de la saga 'Monstruo', después de los casos de Jeffrey Dahmer y de los hermanos Lyle y Erik Menendez. Aquí está protagonizado por el asesino que inspiraría películas como 'Psicosis', 'La matanza de Texas' y 'El silencio de los corderos'. En los helados campos del Wisconsin rural de los años 50, un hombre aparentemente amable y solitario llamado Eddie Gein vivía discretamente en una granja en ruinas, ocultando una macabra casa de los horrores. Charlie Hunnam, Tom Hollander, Laurie Metcalf y Suzanna Son lideran el reparto.

ANIMAL

Día 3. Netflix

Comedia producida por Aitor Gabilondo ('Patria', 'El Príncipe') y Jota Aceytuno ('Urban. La vida es nuestra') en la que el intérprete de 'Entrevías' vuelve a su Galicia natal. Da vida a un veterinario rural gallego que se ve obligado a trabajar en una tienda de mascotas. Al frente de la franquicia está su sobrina Uxía (Lucía Caraballo), una joven con mucho ímpetu. Su nueva experiencia laboral le obligará a trabajar en equipo y lidiar con un nuevo tipo de clientes, algo a lo que no está demasiado acostumbrado.

LA SUERTE. UNA SERIE DE CASUALIDADES

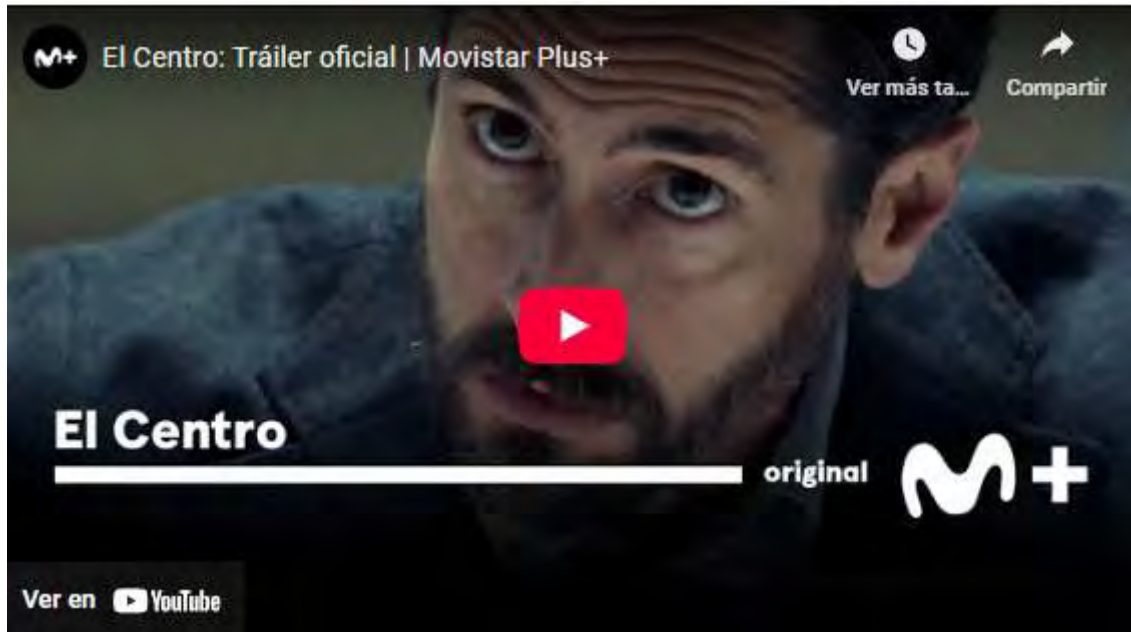
Día 8. Disney+

Los directores Paco Plaza ('Verónica', 'REC') y Pablo Guerrero ('Alba', 'Entre tierras') se pasan al género de la comedia con esta una 'road movie' rodada en 16 mm sobre una singular amistad con el mundo del toreo como telón de fondo. Protagonizada por Óscar Jaenada y Ricardo Gómez, se ha filmado a lo largo de toda la geografía española, recorriendo 6.000 kilómetros de carretera.

EL CENTRO

Día 9. Movistar Plus+

Una inmersión en las entrañas del Centro Nacional de Inteligencia (CNI). Ambientada en la actualidad, pero con ecos de la Guerra Fría, es un 'thriller' de espionaje compuesto de seis episodios que arranca con un asesinato. Esa muerte destapa una operación internacional de los servicios de Inteligencia rusos y lleva a los miembros del CNI a una carrera contrarreloj para tratar de desmantelarla, al mismo tiempo que intentan descubrir a un traidor entre sus filas. Creada por David Moreno, está protagonizada por Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez.



BOOKISH

Día 21. Filmin

Mark Gatiss, uno de los creadores de 'Sherlock', vuelve a sumergirse en el género del misterio en esta serie que también protagoniza. Encarna a un excéntrico exespía militar reconvertido en detective que, en el Londres de 1946, regenta una librería mientras ayuda a la policía a resolver sus casos más complejos.

ENTREPRENEURS

Día 23. Disney+

Comedia de Rober Bodegas y Alberto Casado, los humoristas detrás de Pantomima Full, en la que retratan a un grupo de emprendedores que aspiran a cambiar el mundo y convertirse en poderosos CEOs, aunque no sean tan infalibles como ellos piensan. Para conseguirlo comparten una zona de 'coworking', donde la aplastante realidad del día a día les hará ver que el mundo del emprendimiento está lleno de humo. Les acompañan actores como Aura Garrido, Gonzalo de Castro, Victoria Martín, Luis Bermejo y Aníbal Gómez.

NADIE QUIERE ESTO

Día 23. Netflix. Temporada 2

Comedia romántica sobre una pareja de Los Ángeles con casi nada en común, pero mucha química. La agnóstica presentadora de pódcast (Kristen Bell) y su rabino (Adam Brody) vuelven dispuestos a construir un futuro en común e integrar a sus familias en él. Sin embargo, sus diferencias siguen presentes y no son precisamente fáciles de ignorar, a la vez que sus respectivos clanes tampoco van a poner demasiado de su parte.

IT: BIENVENIDOS A DERRY

Día 26. HBO

La precuela de la saga 'IT' de Stephen King que amplía la visión establecida por el cineasta Andy Muschietti en las películas 'IT' e 'IT: Capítulo dos', y que cuenta los orígenes de Pennywise. Combina drama y horror sobrenatural para mostrar cómo la comunidad se ve marcada por oscuros secretos y una presencia siniestra que acecha desde las sombras. Protagonizada por Jovan Adepo, Taylour Paige, Chris Chalk, James Remar, Stephen Rider, Madeleine Stowe, Rudy Mancuso y Bill Skarsgård.

LA RUTA. VOL. 2: IBIZA

Día 26. Atresplayer

Secuela y a la vez precuela de la premiada 'La ruta', ahora ambientada en Ibiza. Àlex Monner vuelve a retomar el papel de Marc Ribó, aquí convertido en DJ en los años 90. También interpreta a su padre en los años 70, cuando los 'hippies' pululaban por la isla balear y todavía no se había convertido en una de las grandes capitales del ocio nocturno. Al reparto se suman Marina Salas, Irene Escolar y Carla Díaz, con 'cameos' de algunos de los actores principales de la primera entrega (Elisabet Casanovas, Claudia Salas y Ricardo Gómez).

EL MISTERIO DE CEMETERY ROAD

Día 29. APPLE TV+

Adaptación de la novela homónima de Mick Herron ('Slow Horses'), la primera de la serie literaria 'Zöe Boehm', producida y protagonizada por Emma Thompson y Ruth Wilson. Cuando una casa explota en un tranquilo barrio residencial de Oxford y una niña desaparece, su vecina se obsesiona con encontrarla y solicita la ayuda de una investigadora privada. Destaparán una compleja conspiración que revela que personas que durante mucho tiempo creyeron muertas todavía están vivas.

OTROS ESTRENOS Y REGRESOS

SISTER BONIFACE MYSTERIES. Día 1. Cosmo. Temporada 4

EL CAMORRISTA. Día 2. AMC+. Serie inédita de Giuseppe Tornatore ('Cinema Paradiso') rodada en 1985, que nunca se llegó a emitir por diversas presiones, con Ben Gazzara y Laura del Sol. Narra el ascenso y caída de uno de los capos más influyentes de la mafia italiana.

HOMBRES DE VERDAD. Día 2. Netflix. Versión alemana de 'Machos alfa'.

TWISTED METAL. Día 3. AXN Now. Temporada 2

ZOOMERS. Día 3. Amazon Prime Video. El retrato de la generación Z a través de un puñado de jóvenes que empiezan a estudiar en la Universidad de Salamanca.

LA NUEVA BRIGADA. Día 3. Netflix. En 1958 se gradúan las primeras mujeres policía de Suecia. Cuando empiezan a patrullar las calles de la capital, pronto se dan cuenta de que su mayor problema no son los delincuentes. La resistencia proviene de los compañeros y la sociedad en general.

EL GENIO Y LOS DESEOS. Día 3. Netflix. Un genio, prisionero de su lámpara durante más de mil años, regresa al mundo terrenal y se cruza con una mujer impasible que vive atrapada entre las normas de su abuela y sus propias rutinas.

NAILS. Día 6. SkyShowtime. Cuatro mujeres de distinto estrato social y diferente edad se conocen en un salón de manicura. Sus repetidos encuentros darán lugar a una curiosa amistad.

REVIVAL. Día 6. SyFy. En un pequeño pueblo de Wisconsin, los muertos han regresado vivos, pero no exactamente iguales.

LA JUEZA LEWIS. Día 7. Filmin. La vida de la experimentada juez se pone patas arriba cuando un caso toca muy de cerca a su hija.

HIGH POTENTIAL. Día 7. Disney+. Temporada 2. Una limpiadora de una comisaría empieza a trabajar como asesora de la Policía debido a sus altas capacidades.

THE LOST STATION GIRLS. Día 8. Disney+. Inspirada en la historia real del asesino de la estación de trenes de Perpiñán (Francia).

NÉRO. Día 8. Netflix. Francia, 1504. Un asesino despiadado se da a la fuga con su hija, a la que abandonó al nacer, para protegerla de enemigos mortales y fuerzas malignas.

VUELVEN LOS MAGOS DE WAVERLY PLACE. Día 8. Disney+. Temporada 2

FLASHBACK. Día 8. Calle 13. Un fenómeno inexplicable transporta a una mujer a 1994, apenas unos meses antes de la muerte de su padre.

RECLUTAS. Día 9. Netflix. En 1990, en el Cuerpo de Marines de Estados Unidos, dos jóvenes entablan amistad. Uno es un chico sin rumbo que aún no ha salido del armario, y el otro, heterosexual, el hijo de un marine condecorado.

THE LAST FRONTIER: CONSPIRACIÓN EN ALASKA. Día 10. Apple TV+. Un avión de transporte de presos se estrella en una zona remota y salvaje de Alaska y docenas de reclusos violentos quedan libres.

OLD MONEY. Día 10. Netflix. Serie turca sobre la lucha entre el viejo y el nuevo dinero.

LA EMPRESA DE SILLAS. Día 13. HBO. Tras un incidente embarazoso en el trabajo, un hombre se ve envuelto en la investigación de una conspiración de gran alcance.

FEAR. Día 14. Filmin. Una familia se muda a Glasglow y empieza a vivir una pesadilla por culpa de un vecino.

ASESINATO EN LA FAMILIA MURDAUGH. Día 15. Disney+. El hijo de un poderoso matrimonio de abogados de Carolina del Sur (Patricia Arquette y Alex) se ve involucrado en un accidente mortal.

LOOT. Día 15. Apple TV+. Temporada 3

MENTES BRILLANTES. Día 15. Movistar Plus+. Temporada 2

THE COP. A NEW CHAPTER. Día 16. SkyShowtime. Los agentes del Departamento de Homicidios de la Policía Metropolitana de Varsovia se enfrentan cada día a la violencia y la muerte.

ROMÁNTICOS ANÓNIMOS. Día 16. Netflix. Un hombre incapaz de mantener contacto físico con los demás y una mujer con miedo al contacto visual encuentran en el chocolate un refugio común que los une.

LA DIPLOMÁTICA. Día 16. Netflix. Temporada 3. La embajadora Kate Wyler (Keri Russell) acaba de acusar a la vicepresidenta Grace Penn de orquestar un complot terrorista y de admitir que aspira a su puesto. Pero ahora el presidente ha muerto, su marido (Rufus Sewell) podría haberlo matado sin querer, y Grace Penn se ha convertido en la líder del mundo libre.

RABO DE PEIXE. Día 17. Netflix. Temporada 2

DEVIL IN DISGUISE: JOHN WAYNE GACY. Día 18. SkyShowtime. Entre 1972 y 1978, 33 jóvenes fueron secuestrados y asesinados por un hombre del que nadie sospechaba: un líder de la comunidad que se disfrazaba de payaso para entretener a los niños enfermos.

PROFESOR T (UK). Día 20. Cosmo. Temporada 4

BABY BANDITO. Día 22. Netflix. Temporada 2

EL MONSTRUO DE FLORENCIA. Día 22. Netflix. Mientras un asesino en serie que ataca a parejas siembra el terror en Italia, las autoridades indagan un caso de 1968 que podría ser la clave para dar con el Monstruo de Florencia.

PEQUEÑOS DESASTRES. Día 23. HBO. Cuatro mujeres embarazadas se conocen en una clase de preparación al parto y entablan una gran amistad a pesar de que no tienen nada en común.

MIX TAPE. Día 25. Movistar Plus+. Una pareja se pregunta si está destinada a estar junta a través de recuerdos musicales.

NCIS: TONY & ZIVA. Día 27. SkyShowtime. Cuando la empresa de seguridad de Tony es atacada, su familia debe huir por toda Europa.

LA AGENTE ENCUBIERTA. Día 27. Netflix. Una nueva agente del servicio de inteligencia que se infiltra en un despiadado círculo criminal que lleva un tiempo esquivando a la agencia.

STAR WARS: VISIONS. Día 29. Disney+. Temporada 3. Animación

DOC. Día 29. Movistar Plus+. Temporada 2

MAYOR OF KINGSTOWN. Día 30. SkyShowtime. Temporada 4

EL IMPERIO DE AMSTERDAM. Día 30. Netflix. La mujer del rico fundador de un imperio de cafeterías quiere hundir a su exmarido.

SON OF A DONKEY. Día 30. Netflix. Un chico tiene un accidente al volante y tiene que asistir a terapia por orden judicial.

RESPIRA. Día 31. Netflix. Temporada 2. El debut del cantante Pablo Alborán como actor es la principal novedad de esta especie de 'Anatomía de Grey' a la española. El Joaquín Sorolla es ahora un hospital de gestión privada, un cambio que sacude los principios y convicciones de su equipo médico. Tras salirse con la suya, Patricia (Najwa Nimri) continúa luchando contra el cáncer y estrechando lazos con Néstor (Borja Luna). Jéssica (Blanca Suárez), por su parte, trata de recuperar la confianza que la caracteriza y no consigue decidirse entre Lluís (Alfonso Bassave) y Biel (Manu Ríos). Pilar (Aitana Sánchez-Gijón) sigue lidiando con las adicciones de su hijo.

EL PERIÓDICO, FARO DE VIGO, LA OPINIÓN DE LA CORUÑA, LA NUEVA ESPAÑA, LA OPINIÓN DE MÁLAGA, LA OPINIÓN DE MURCIA, LA OPINIÓN DE TENERIFE, LA OPINIÓN-EL CORREO DE ZAMORA, INFORMACIÓN, LA PROVINCIA, LEVANTE, DIARIO DE MALLORCA, DIARIO DE IBIZA, EL DÍA DE TENERIFE, SUPERDEPORTE, EL PERIÓDICO DE EXTREMADURA, EL PERIÓDICO DE ARAGÓN, EL PERIÓDICO DE ESPAÑA, CÓRDOBA, MEDITERRÁNEO

'El centro', la serie que abre por primera vez las puertas del CNI en la ficción española

Por J Vallejo 30 septiembre, 2025

Movistar Plus+ estrena un thriller sin precedentes en la televisión española: una ficción que se adentra en el desconocido universo del Centro Nacional de Inteligencia (CNI).



'El centro' llega para cubrir un vacío histórico en nuestra ficción televisiva. Aunque el género de espías ha sido tratado hasta la saciedad en la literatura y el cine anglosajón, España apenas había abordado hasta ahora su propia tradición en inteligencia.

La producción, creada por David Moreno y dirigida por David Ulloa, sitúa al espectador en la piel de los agentes españoles y lo invita a descubrir no solo cómo trabajan, sino también cómo viven quienes dedican su vida a proteger el país desde la sombra.

La trama arranca con un asesinato que destapa una operación internacional y que coloca al CNI frente a una amenaza real y actual: la infiltración de agentes rusos en territorio español.

A partir de ese punto, la historia se convierte en una carrera contrarreloj en la que los protagonistas deben identificar a un traidor en sus propias filas mientras intentan detener la conspiración orquestada por el enigmático agente ruso Volkov. Suspense, acción y dilemas éticos se entrelazan en un relato que no solo entretiene, sino que también refleja los retos geopolíticos contemporáneos.

Uno de los grandes atractivos de 'El centro' es la colaboración inédita con el propio CNI. Por primera vez, los responsables de una serie española han contado con la asesoría directa de esta institución para dar forma a los personajes, las tramas y el tono de la ficción.



Gracias a esa cooperación, los guionistas pudieron conocer de primera mano testimonios de agentes reales, detalles de sus rutinas y el sacrificio personal que implica una profesión que exige vivir en el anonimato y guardar secretos incluso frente a la propia familia.

El resultado es un retrato humano y verosímil de los espías españoles. Lejos de los clichés de Hollywood, aquí vemos a hombres y mujeres que cobran sueldos normales, que se enfrentan a problemas familiares y que, sin embargo, tienen la responsabilidad de proteger la seguridad nacional.

La serie se centra en esa doble vida: la del profesional que arriesga todo por una causa común y la de la persona que intenta mantener un equilibrio emocional en un entorno plagado de medias verdades y traiciones.

El reparto, encabezado por Juan Diego Botto, Clara Segura, Israel Elejalde y Elisabet Casanovas, es otro de los pilares de la propuesta. Cada actor encarna un perfil distinto dentro del CNI: desde los veteranos con cicatrices del pasado hasta los jóvenes analistas que llegan atraídos por la promesa de una vida emocionante.

Esa coralidad da lugar a un mosaico de personalidades y conflictos que permiten al espectador sentirse más cerca de una institución que siempre ha vivido en la penumbra.

Con solo seis episodios de 50 minutos, 'El centro' apuesta por la intensidad y la calidad frente a la duración. Se trata de una propuesta que, además de inaugurar un camino inexplorado en la ficción nacional, pone a prueba la capacidad de España para competir en un género dominado hasta ahora por producciones extranjeras. Todo ello, bajo una premisa sencilla pero poderosa: abrir al público la puerta de un mundo que existe, pero del que casi nunca sabemos nada.

SERIES

Movistar Plus+ anuncia un pelotazo de ficción con la colaboración del CNI: estreno, capítulos y reparto completo

por Pedro Jiménez Actualizado 29 Sep 25 - 20: 21

Esta nueva serie de Movistar Plus+ se adentra en las entrañas del CNI y busca reeditar el éxito que tuvo 'La Unidad' con Nathalie Poza y Luis Zahera



Reparto de 'El Centro', nueva serie de Movistar Plus+

Movistar Plus+ pretende adentrarse en el complejo universo del espionaje español con un tono cosmopolita y humano en su nueva gran apuesta de ficción. Titulada 'El Centro', su estreno está previsto el próximo 9 de octubre. Y ojo, de forma completa.

Esta serie, que advierte con ser una de las producciones del otoño, constará de seis episodios de 50 minutos de metraje. Con ella, la plataforma busca reeditar el enorme éxito que tuvo 'La Unidad', la ficción de Dani de la Torre sobre una unidad antiterrorista de la Policía Nacional perteneciente a la Comisaría General de Información.

En 'El Centro' habrá, más allá del suspense, una combinación perfecta de acción, intriga y drama; ofreciendo una visión íntima, emocional y realista del mundo de la Inteligencia. Por un lado, explora los retos personales y profesionales a los que se enfrentan un grupo de integrantes de inteligencia del CNI en un mundo convulso. Y por otro, refleja el sacrificio personal sin reconocimiento.

Este título de ficción de 'Movistar Plus+' está creada por David Moreno (coguiónista de emblemáticas series como 'El Inmortal' y 'Fariña') y dirigida por David Ulloa ('Ni una más', 'La chica de nieve'). El guion corre a cargo de David Moreno, Raúl López y Eva Saiz.

En cuanto al reparto de 'El Centro', el elenco artístico es de alto nivel con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez. Además, se trata de la primera serie española que recibe la colaboración directa, en forma de asesoramiento, del CNI (Centro Nacional de Inteligencia), a cuyo corazón se adentra.

Sinopsis y tráiler de 'El Centro', la potente serie de Movistar Plus+

Ambientada en la actualidad, pero con ecos de la Guerra Fría, 'El Centro' es un thriller de espionaje que se adentra en el desconocido universo del Centro Nacional de Inteligencia (CNI).

La trama arranca con un asesinato que destapa una operación internacional de los servicios de Inteligencia rusos y lleva a los miembros del CNI a una carrera contrarreloj para desmantelarla, al mismo tiempo que intentan descubrir a un traidor entre sus filas.

La serie de Movistar Plus+ es una mirada íntima y coral a los desafíos que enfrentan los integrantes del servicio de inteligencia español, mientras navegan entre la lealtad, la traición y el deber.





Cine - Series

Pepón Montero Y Juan Maidagán

Crítica de la segunda temporada de 'Poquita Fe' ya disponible en Movistar+

★ 8 / 10



Fran González – 30-09-2025

Empresa – Movistar +

Fotografía – Cartel de la serie

La comedia española no está en crisis, pero es evidente que son pocos los que tiran del carro. Mientras que la ficción dramática sí ha tenido a bien salirse de los márgenes y explorar ideas superiores, el humor patrio insiste en apoyarse, en el mejor de los casos, en la sátira política para aliviar su falta de ideas y ofrecernos una tregua mordaz para el día a día.

Pepón Montero y Juan Maidagán han conseguido romper esta querencia poco arriesgada y ventajista con “Poquita Fe”, la serie más desacomplejada y divertida con la que hemos tenido el privilegio de contemporizar.

Una temporada no era suficiente para atestiguar como es debido la decadencia conyugal de Berta (Esperanza Pedreño) y José Ramón (Raúl Cimas), así que para quienes disfrutásemos en 2023 de sus primeros doce episodios (todos ellos, brillantes hasta la lágrima), la propuesta original de Movistar+ regresa ahora con una segunda entrega, más escueta (8 capítulos), pero capaz incluso de superar en delirio y guasa a su predecesora.

Si para la primera toma de contacto con nuestra querida pareja protagonista la trama giraba en torno a los nudos de su monótona relación (entre anoraks espantosos, tazones de leche con magdalenas, veraneos en Almuñécar y mesas auxiliares exóticas), en esta ocasión sus creadores nos presentan, ironía y mala baba mediante, uno de los dramas más recurrentes de nuestro tiempo: el de la vivienda. Tras un sorpresivo desahucio, Berta y José Ramón comenzarán un via crucis personal de seis meses hasta volver a encontrar su nido, donde suegros en paños menores, cuñadas vividoras y hostales a precio de oro no se lo pondrán nada fácil.

De Cimas está todo dicho, pero a riesgo de pecar de redundante bien merece la pena incidir de nuevo en el buen momento en el que este se encuentra, convirtiendo cada una de sus intervenciones en un recordatorio más de esa vis natural suya para despertar la carcajada ajena. Siempre a medio gas entre lo entrañable y lo patético, su humor trasciende incluso cuando este no está presente, jugando con la chorrada superlativa y el apodo bien tirado, elementos inconfundibles del ADN “cimérico”.

Eso sí, sus compañeros de crédito no son precisamente mancos. Pedreño no desafina y convierte la genuina bondad de Berta en el golpe maestro de sus líneas; Julia de Castro es simplemente una bestia delante de la pantalla; María Jesús Hoyos y Juan Lombardero dan vida al sumun de la autoparodia sin reservas cada vez que abren la boca; Marta Fernández-Muro haciendo vandalismo nazi es lo mejor que ha sucedido en una serie este año; y sus renovados secundarios (desde Eduardo Antuña hasta los episódicos Borja Cobeaga, Jorge Ponce y Manolo Solo, pasando por las ilustraciones de Lorenzo Montatore) son de absoluto lujo. Por no hablar de esa sintonía, obra de Víctor Coyote, que va ya para clásico.

Por supuesto, a un elenco en estado de gracia como el presente solo se le podría reafirmar de la mano de un guion a la altura, capaz de hacer de lo simple un arte sin condescendencia ni cinismo. El montaje, marca de la casa y alquimia indescifrable para la risa, hace el resto. Fugaces píldoras que nos enseñan en apenas veinte minutos un puñado de lecciones sobre estructura narrativa y economía de recursos, sin fuegos artificiales ni el imperativo de ser confrontativos. Simplemente el tipo de comedia bien hecha que debería ser prescriptiva.



1 Octubre, 2025



UNA CASA LLENA DE DINAMITA

★★★★☆

ESTRENO 10 DE OCTUBRE

[A House of Dynamite] EE UU / 2025 / 112 min. / Netflix

Dir.: Kathryn Bigelow Rep.: Idris Elba, Rebecca Ferguson, Jared Harris

Décadas después de que el final de la Guerra Fría convirtiera el desarme nuclear en una prioridad global, la destrucción mutua asegurada sigue pudiendo lograrse en menos tiempo del que dura el programa corto de la lavadora, y además es más probable de lo que jamás fue desde entonces. De esa amenaza se nutre la primera ficción que Kathryn Bigelow estrena en ocho años, cuyo principal protagonista es un misil descontrolado dirigido a Chicago y programado para estallar en 18 minutos a menos que quienes deciden en la Casa Blanca y el Pentágono hallen el modo de evitar la catástrofe. La película nos ofrece un preámbulo mínimo antes de arrojarnos a esa cuenta atrás; está dividida en tres partes, y cada una cubre aproximadamente ese mismo período desde una perspectiva diferente. Entretanto, Bigelow nos sumerge en un agónico proceso de toma de decisiones bajo presión, y tanto su extraordinaria capacidad para generar suspense como su precisión técnica otorgan elevan el guion

de Noah Oppenheim, tan cargado de jerga como carente de discursos grandilocuentes o excesos emocionales.

Una casa llena de dinamita compone un tríptico no oficial junto a *En tierra hostil* (2008) y *La noche más oscura* (2012) y, como esas predecesoras, quizá pueda ser tachada de patrioter. En cualquier caso, las tres películas retratan la psicología dañada de un país que es víctima de su propio imperialismo. En ese sentido, tiene lógica que aquí nunca se revele quién lanzó la bomba porque, después de todo, los enemigos de EE UU son tantos que podría ser cualquiera de ellos. Pero lo que mejor demuestra el desinterés de la película en agitar banderas es su fatalismo. Según su tesis, este sistema nos fallará incluso si quienes lo manejan hacen su trabajo con eficacia impecable. ¿Qué posibilidad de salvación tenemos si quienes están al mando son unos tiranos egomaniacos e ineptos? **NANDO SALVÁ**

M *Una máquina generadora de suspense y de miedos fundados.*

CRÍTICAS



ESA COSA CON ALAS

ESTRENO 31 DE OCTUBRE | ★★★★★

[The Thing with Feathers] España / 2025 / 98 min. / Avalon

Dir.: Dylan Southern. Rep.: Benedict Cumberbatch, Richard Boxall, Henry Boxall

El sueño de la razón produce pajarracos. Esa cosa con sustos que escribe y dirige Dylan Southern se sitúa en un incómodo lugar entre el duelo y la desesperanza. En esa oscilación se mueve un avezado realizador formado en el videoclip (legado que se adivina en el uso de buenos temas, de Robert Smith a Screamin' Jay Hawkins) y el documental *Nos vemos en el baño*. Sus recursos son amplios, excesivos tal vez, en el manierista intento de generar una intriga psicológica con un potente diseño de producción que asiste a un intenso choque de fuerzas, doliendo dualidad entre el viudo y los huérfanos que sostienen la acción.

El antiguo recurso 'angelito versus diablito' en los hombros del protagonista se convierte aquí en un entregadísimo Benedict Cumberbatch (también productor) debatiéndose gráficamente entre sus demonios interiores y los pájaros (un cuervo) en la cabeza. Ese ave negra corpórea que aparece, entre obvios ecos de *Birdman* y *Cisne negro*, lucha contra los clichés de la pérdida en buena lid, pero cae derrotado por el peso de lo real (dos conversaciones del filme son puro bálsamo), mucho más liberador que la atmósfera opresiva en la que la estética del filme trata de ganar su batalla por la fuerza, y con un final de 401 golpes. **CARLOS MARAÑÓN**

M *Intriga psicológica sobre la pérdida que vence (y no convence) por la fuerza.*



HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ

ESTRENO 17 DE OCTUBRE | ★★★★★

España / 2025 / 90 min. / Sideral, Movistar Plus+

Dir.: Lucas Nolla, Mario Forniés Rep.: Documental

Siguiendo los pasos de los Rolling Stone, los Beach Boys o Led Zeppelin, que estos meses nos ofrecían en sendos documentales la versión más desconocida de estas míticas bandas, Leiva celebra los 25 años de su carrera: desde sus inicios con Mala Hierba y el céntic con Pereza, hasta aquella carrera en solitario que le ha llevado a pisar los escenarios de Nueva York. El cantante nos ofrece un retrato íntimo y tremendamente honesto de Miguel, mucho más allá de Leiva, el hombre detrás del artista, que no tiene miedo a adentrarse en los excesos del sexo, la drogas y el rock & roll.

La impronta de Mario Forniés (amigo de Leiva de toda la vida detrás de la productora Blur) y Lucas Nolla, como directores, así como de Sepia (realizador detrás de videoclips de Juana Molina o Ca7riel), como coguionista, queda patente en un metraje dinámico que atrapa al espectador en la maraña de giras y los problemas de salud del artista. Su amor por Alameda de Osuna, su evasión en la montaña y el running, y la ansiedad del día a día, están muy presentes en un documental rodado por sus personas más cercanas en cualquier circunstancia, explicando el encanto de los diversos formatos y los momentos tan personales. **MIGUEL ÁNGEL ROMERO**

M *El lado más desconocido de Miguel, el hombre detrás de Leiva.*

EUROPA PRESS

CATALUNYA

El Festival In-Edit 2025 (Barcelona) tendrá documentales sobre Depeche Mode y Antonio Flores



Foto de familia de la rueda de prensa del festival.

- **Otros metrajes serán sobre Spinal Tap, John Lennon, Jeff Buckley o Farruquito**

BARCELONA, 30 Sept 2025 (EUROPA PRESS) -

El Festival In-Edit 2025, que se celebrará del 23 de octubre al 2 de noviembre en los cines Aribau de Barcelona, acogerá el preestreno europeo del documental 'Depeche Mode M' y programará 'Flores para Antonio', sobre Antonio Flores.

Otros metrajes que se podrán ver girarán en torno a Spinal Tap, Boy George, John Lennon, Yoko Ono, Jeff Buckley, Farruquito, Fugazi Sex Pistols, Victòria dels Àngels, Tete Montoliu o Mikel Erentxun, entre otros, informa el festival en un comunicado de este martes.

71 TÍTULOS Y 115 PROYECCIONES

In-Edit programará un total de 71 títulos divididos en 7 secciones, de los cuales se harán un total de 115 proyecciones, y entre los que hay 17 estrenos mundiales, 4 europeos, 24 estatales y 16 en Catalunya.

En largometrajes, la Sección Oficial Internacional cuenta con 7 títulos, y la Nacional, con 8; en cortometrajes, las cifras son de 5 y 6, respectivamente.

La sección Panorama Internacional acogerá un total de 27 títulos y la sección Panorama Nacional, 8, mientras Sons of Barcelona by Moritz tendrá 4 documentales.

PROGRAMACIÓN

In-Edit tendrá el preestreno europeo del documental 'Depeche Mode M', entrelazando el papel de su gira 'Memento Mori' con el papel de la muerte en la cultura mexicana, y programará el primer documental oficial sobre Ol' Dirty Bastard (Wu-Tang Clan), 'Ol' Dirty Bastard: A Tale Of Two Dirtys'.

En el marco del festival se podrán ver 'Boy George & Culture Club'; 'It's Never Over, Jeff Buckley'; 'Revival69: The Concert That Rocked The World' y 'Daytime Revolution', sobre John Lennon y Yoko Ono, y 'Desire: The Carl Craig Story', que el propio DJ estadounidense vendrá a presentar junto al director del documental, Jean-Cosme Delaloye.

In-Edit ha programado también 'Flores para Antonio', un retrato "muy íntimo" de Antonio Flores a través de su hija, Alba Flores, que presentará personalmente junto a los directores del film, Isaki Lacuesta y Elena Molina.

En el ámbito nacional, se podrán ver 'Hasta que me quede sin voz' sobre Leiva; 'Hombre Bala', sobre Mikel Erentxun; 'Solo pienso en ti', sobre Víctor Manuel, y 'Serás Farruquito', entre otros.

INVITADOS

Además de Carl Craig y Alba Flores, el festival contará con invitados como Leiva, Harley Flanagan, Víctor Manuel, Joan Dausà, El Gitano de Balaguer y Marala, así como los directores María Valverde, Sam Pollard, Frank Scheffer o Wes Orshoki, junto a Lacuesta, Molina y Delaloye.

Artistas como Ángel Molina o DJ2D2 actuarán como 'warm-ups' de algunas proyecciones.

IN-EDIT LAB Y CAIXAFORUM+

In-Edit Lab, el programa del festival dedicado al desarrollo profesional, contará con más de 15 actividades, entre las cuales una clase magistral de Jean-Cosme Delaloye, una conversación con Cris Tenas --de la productora Little Spain-- y una sesión conducida por el editor Observatorio Switch, Joan Rosés, centrada en el archivo documental y la creación audiovisual con IA.

La plataforma online de streaming de la Fundación La Caixa, CaixaForum+, será la ventana en línea del In-Edit, que se activará del 17 de noviembre al 1 de diciembre y ofrecerá 15 títulos de la programación del festival, que se suman al catálogo permanente del festival en la plataforma.

Portada » Cine

Festival In-Edit 2025: Fechas y programación completa del Festival Internacional de Cine Documental Musical de Barcelona

Redacción: Fran González | 30 septiembre, 2025



La 23ª edición del Festival In-Edit ya tiene programación y fechas oficiales para su celebración en 2025. El Festival Internacional de Cine Documental Musical regresa un año más a Barcelona del 23 de octubre al 2 de noviembre en los cines Mooby Aribau, con hasta 71 documentales, 61 de los cuales serán estreno mundial, europeo, estatal o catalán, y un total de 115 proyecciones repartidas a lo largo de sus 11 jornadas.

Como ya viene siendo costumbre, el evento acogerá en primicia algunos de los docufilms musicales más esperados del año, como Spinal Tap II: The End Continues, película que inaugurará el festival, el estreno de Depeche Mode: M en nuestro país, donde los capos del synth-rock capturaron su gran gira de regreso por México, o Flores para Antonio (2025) de Elena Molina e Isaki Lacuesta, en memoria de Antonio Flores. Pero por supuesto, estos no serán los únicos nombres por los que merecerá la pena vivir desde dentro la experiencia. El cartel de In-Edit 2025 lo completan otras grandes figuras de la música como Boy George ('Boy George & Culture Club'), Carl Craig ('Desire: The Carl Craig Story'), Wu-Tang Clan ('Ol' Dirty Bastard: A Tale Of Two Dirtys'), Jeff Buckley ('It's Never Over, Jeff Buckley'), Mikel Erentxun ('Hombre

bala'), Leiva ('Antihéroe'), Quincy Jones, Warren Ellis, Glenn Matlock de Sex Pistols, Paul Di'Anno de Iron Maiden y un larguísimo etcétera.

Siete de estas películas competirán en la Sección Oficial Internacional y ocho en la Sección Oficial Nacional. Habrá cinco Cortometrajes Internacionales en Sección Oficial y seis Cortometrajes Nacionales. La sección Panorama Internacional contará con un total de 27 títulos y la sección Panorama Nacional, 8 títulos. Y, finalmente, la sección Sons de Barcelona by Moritz contará con 4 títulos. En el acto de clausura del sábado 1 de noviembre se darán a conocer los filmes premiados en cinco categorías: Mejor Largometraje Internacional, Mejor Largometraje Nacional, Mejor Cortometraje Internacional, Mejor Cortometraje Nacional, y el Premio del Público.

El certamen reivindica este año su ADN como festival de cine con estrenos diarios y la presencia de regular de invitados a lo largo de sus noches, como Carl Craig, Alba Flores, Leiva, Harley Flanagan, Víctor Manuel, Joan Dausà, El Gitano de Balaguer, Marala, Isaki Lacuesta, Elena Molina, María Valverde, Hugo de la Riva, Joel Zito, Anuska Ariztimuño, Pol Fuentes, Mario Forniés, Jero Rodríguez y muchos más.

Por último, la organización nos recuerda que las entradas individuales saldrán a la venta este mismo jueves 2 de octubre.

Cartel completo de In-Edit 2025

- Albert Guinovart
- Allee Willis
- Antonio Flores
- Boy George & Culture Club
- Butthole Surfers
- Carl Craig
- Cheech & Chong
- Depeche Mode
- Dj Babatr
- Farruquito
- Fugazi
- El Gitano De Balaguer
- Gustavo Dudamel
- Harley Flanagan
- Hermeto Pascual
- James Brown
- Jeff Buckley
- Joan Dausà
- John Lennon & Yoko Ono
- Judee Sill
- Kinan Azmeh

- Labelle
- Leiva
- Lichis Y La Cabra Mecánica
- Marala
- Meredith Monk
- Mikel Erentxun
- Ol' Dirty Bastard & Wu-Tang Clan
- Paul Di'anno
- Pauline Black
- Sex Pistols
- Sly Stone
- Snarky Puppy
- Spinal Tap
- Stewart Copeland
- Sun Ra
- Suzanne Ciani
- Tete Montoliu
- Victòria Dels Àngels
- Víctor Manuel
- Víctor Nubla
- Warren Ellis

TELEVISIÓN

Atresmedia, Mediaset y RTVE redefinen la estrategia de streaming ante el cambio del sector

Atresplayer ha cerrado un acuerdo con Disney+, Mediaset ha renombrado Mitele como Infinity y RTVE Play lanzará nuevas apuestas



Martín Alegre 8:39 - 30/09/2025

La industria audiovisual vive una transformación profunda, marcada por la consolidación del streaming como canal relevante de consumo. En este contexto, los principales grupos audiovisuales españoles han dado pasos significativos para adaptar sus estrategias en las plataformas OTT y ganar relevancia en un mercado en continua evolución. Atresmedia, Mediaset y RTVE han anunciado recientemente movimientos clave en sus plataformas digitales: Atresplayer, Mediaset Infinity y RTVE Play, respectivamente. El sector audiovisual español ha entrado en una nueva fase de madurez digital. Atresmedia apuesta por la internacionalización y la producción premium; Mediaset se inclina por el entretenimiento; mientras que RTVE refuerza su función de servicio público con contenido cultural, social y accesible. Tres modelos distintos que comparten una misma premisa: el futuro de la televisión está en el streaming, pero con identidad local.

Atresmedia ha protagonizado el anuncio más destacado del panorama televisivo español con su acuerdo de integración de contenidos con Disney+. Desde este mes, los suscriptores de la plataforma internacional pueden acceder a un espacio exclusivo de Atresplayer dentro del catálogo de Disney+, con más de 300 horas anuales de contenido que se irán renovando de forma periódica. Este acuerdo marca un hito en el mercado español, al tratarse de la primera gran alianza entre un grupo líder de televisión en abierto y una plataforma de streaming global. Además, fortalece el posicionamiento de Atresplayer como "héroe local", en palabras de Javier Bardají, CEO de Atresmedia, y amplifica el alcance de sus producciones. Atresplayer, que ya lideraba la oferta de ficción española con sus producciones originales, refuerza así su apuesta por un catálogo variado y de calidad. Series como *Mar adentro*, *La ruta vol. 2: Ibiza*, *Las hijas de la criada*, *Los protegidos: un nuevo poder o la esperada Sira*, secuela de *El tiempo entre costuras*, conforman un calendario de estrenos ambicioso. Además, se suman nuevas propuestas como *la chanante Rafaela y su loco mundo*, *33 días o Trazos ocultos*, consolidando su compromiso con el talento local. No solo la ficción marca el paso en Atresplayer. Entre sus programas de entretenimiento destacan grandes formatos como *Drag Race España 5*, que acaba de tener el mejor estreno de todas sus ediciones.

Mediaset renueva su marca: nace Mediaset Infinity

Mediaset España también ha movido ficha y apuesta por las sinergias al renombrar su plataforma Mitele como Mediaset Infinity, un nombre que ya utiliza el grupo en Italia. La presentación tuvo lugar durante la última edición del FesTVal de Vitoria, donde se desveló una batería de estrenos low cost para este otoño centrados en el entretenimiento, el reality y el factual. Uno de los formatos más llamativos es *Uno de GH20*, una versión previa y en abierto del célebre reality *Gran Hermano*, en el que aspirantes conviven en directo durante semanas hasta que uno se convierte en concursante oficial del programa. Se trata de un contenido exclusivo para Infinity, presentado por Nagore Robles, que combina streaming 24 horas, votaciones del público y análisis en galas semanales. Además, la plataforma estrena *El loco amor*, un dating show diario conducido por Sebastián Gallego y Oriana Marzoli, dirigido especialmente a la generación Z. Otros estrenos incluyen *La isla de las tentaciones: el casting*, *The Ultimate Warrior* —reality de artes marciales mixtas— y el documental musical *La Húngara. Toma que toma*, que cuenta con la participación de C. Tangana.

Mediaset Infinity también amplía su línea de documentales con *Me quedo conmigo* y *Madres*, además de lanzar la serie italiana *María Corleone*, un drama criminal ambientado en el mundo de la moda y el crimen organizado. En el terreno emocional, *L(over)* repasará historias de amor y ruptura entre celebrities nacionales e internacionales.

RTVE Play refuerza su agenda cultural y social

Por su parte, RTVE Play ha decidido fortalecer su propuesta con contenidos que combinan actualidad, análisis social y cultura pop. Su estrategia pasa por apostar por formatos de videopodcast y programas de producción propia con fuerte presencia en redes sociales. Este año ha lanzado la segunda temporada de *Las abogadas*. *La verdadera historia*, un docuserie feminista protagonizado por figuras como Cristina Almeida o Manuela Carmena, y el retorno de *Está el horno para bollos*, un videopodcast LGTBI conducido por Inés Hernand. La propia periodista podría liderar un proyecto que promete vincular actualidad y entretenimiento en formato maratoniano. En su apuesta por los formatos breves y digitales, RTVE Play también difunde *Y tú sin saberlo*, una cápsula semanal de recomendaciones de 15 minutos presentada por Raquel Elices, que repasa los estrenos más destacados de la plataforma.



De izda. a dcha.: Pedro Almodóvar, Alejandro Amenábar y Daniel Calparsoro.

Almodóvar, Amenábar y Calparsoro, los directores de cine más respaldados por RTVE en el último lustro

MEDIOS | 1 OCTUBRE 2025 | ACTUALIZADO: 30 SEPTIEMBRE 2025 18:00

Impulsar el cine europeo y, especialmente, el español es uno de los compromisos que debe cumplir Radiotelevisión Española (RTVE). Desde enero de 2020 a junio de 2025, la corporación pública ha destinado 108,3 millones de euros a financiar más de 200 largometrajes, siendo uno de sus mayores contribuyentes, por encima de productoras privadas.

En dicho periodo, la película que ha recibido mayor financiación ha sido *Madres Paralelas*, de Pedro Almodóvar, con 1,5 millones de euros. Le sigue *El Cautivo*, de Alejandro Amenábar, estrenado hace unas semanas, con 1,2 millones de euros.

RTVE ha destinado más de 100 millones de euros a financiar largometrajes españoles entre 2020 y 2025.

Hay cuatro obras que recibieron de la radiotelevisión pública 1 millón de euros. Fueron *Cerrar los Ojos*, de Víctor Erice, *El Correo*, de Daniel Calparsoro, *Ídolos* de Matt Whitecross, y *Ruega por Nosotros* de Daniel Monzón.



Justo por debajo de ese umbral se ubica *Isla Perdida*, de Fernando Trueba, que percibió 900.000 euros y *Todos los nombres de Dios*, de Daniel Calparsoro, con 875.000 euros. Este último director es el que más apoyo financiero ha percibido de RTVE. En total, 2,68 millones por las dos obras mencionadas, además de *La sospecha de Sofía*, por la que ha recibido otros 800.000 euros.

Cabe destacar que en la cima de la clasificación de financiación de la radiotelevisión pública no figura ninguna película dirigida por una mujer, pese a que algunas de estas cintas han despertado mayor expectación en las salas de cine.

De menor cuantía se han beneficiado otras obras que han sido igual o más taquilleras o galardonadas por los especialistas. Es el caso, por ejemplo, de *El Buen Patrón*, de Fernando León de Aranoa, que recibió 750.000 euros; *As Bestas*, de Rodrigo Sorogoyen, con 700.000 euros; *Alcarrás*, de Carla Simón, con 650.000 euros; *Rondallas* de Daniel Sánchez Arévalo; *Maixabel*, de Iciar Bollain, con 630.000 euros; o *Cinco Lobitos*, de Alauda Ruiz de Azua, con 400.000 euros.

La película que más ingresos públicos acumuló, como se indicaba, fue *Madres Paralelas* de Pedro Almodóvar, a pesar de que sumar una recaudación en taquilla de 2,6 millones de euros; una cifra inferior a la que alcanzó *As Bestas* (7 millones), *El Buen Patrón* (4,1 millones), *El Casoplón* (3,2 millones) o *Maixabel* (2,8 millones).

D I R C O M F I D E N C I A L

YouTube vs. TV: Why the Definition of “Television” No Longer Matters

30 Sep, 2025 Colin Dixon



The debate about whether YouTube is TV continues to rage on. Meanwhile, young YouTubers are leveraging a cultural ethos known as Creative Maximalism to produce content that renders the debate over TV quality irrelevant.

Evan Shapiro, the Media Cartographer, sparked a major debate last week when he suggested that Jimmy Kimmel should abandon traditional TV and move to YouTube. The discussion quickly devolved into an argument over whether YouTube was television or not.

Two definitions of TV quality

Often in arguments like this, people fail to define clearly basic terms that are crucial to the discussion. Such was the case here, as there seemed to be two broad camps: those defining television as “being of television quality” and those simply stating that anything people watch on TV is television because it is on that screen.

By the second definition, YouTube is assuredly television. According to Nielsen and just about every recent app usage poll, YouTube is the most popular app/brand on television today. I didn’t see many arguing against that point.

The real disagreement was on the quality issue. Here, things get tricky because the quality and content in the television domain are definitely a broad spectrum, and there is a lot of overlap with the even broader spectrum of quality and content available on YouTube.

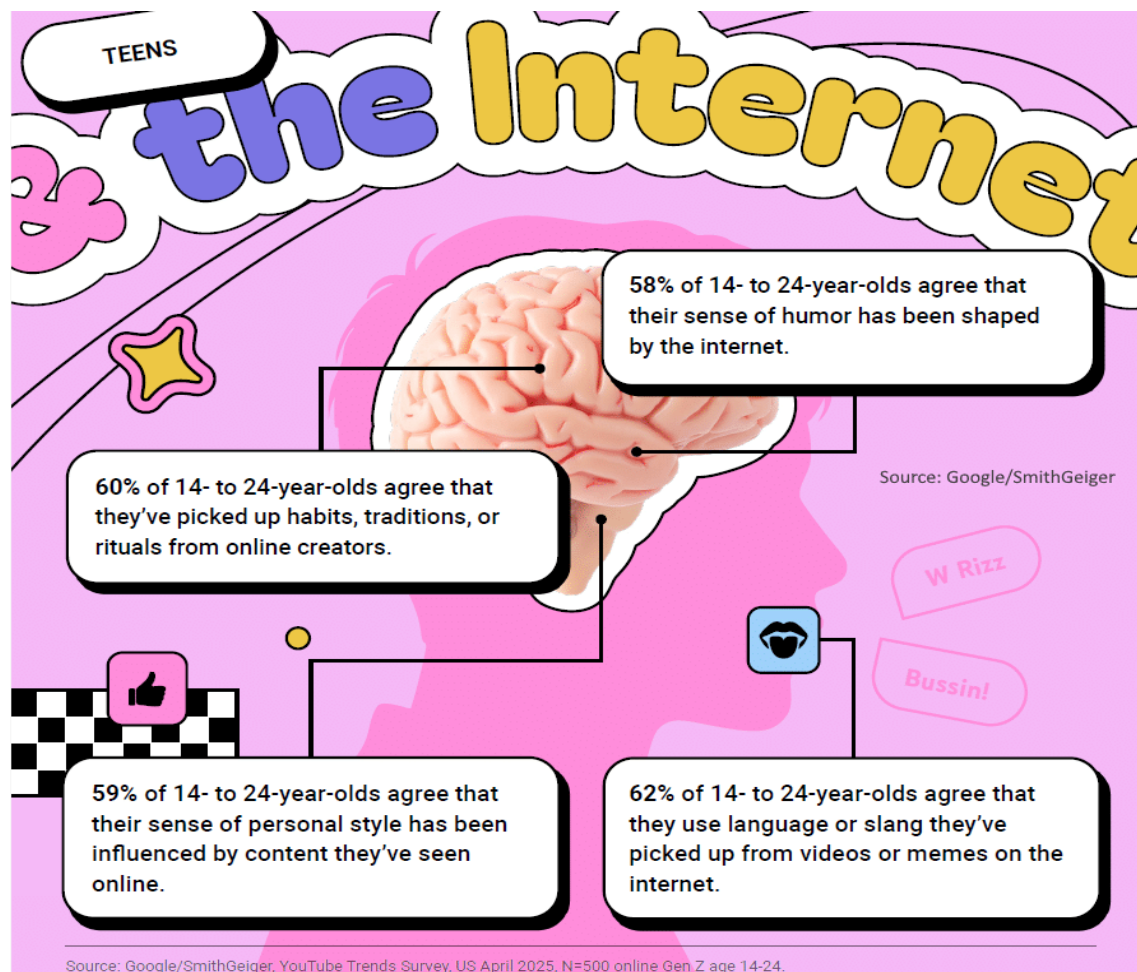
The big overlap between YouTube and “TV” content

One of the key differentiators offered between content produced for YouTube and for “premium” TV was that you can’t compare someone in their bedroom making videos with a full professional production team creating TV shows. It is certainly fair to say YouTube creators have yet to produce a huge hit like Game of Thrones or an enduring TV favorite like NCIS.

But “TV quality” encompasses so much more than premium scripted TV. There are whole genres where creators are equaling the production quality of what was once exclusively the province of television producers. Cooking, home improvement, gardening, comedy, and science and technology are just some of the genres where creators are matching traditional TV quality and even targeting TV as their primary screen.

New digital production tools allow individuals to match “TV quality”

The reason creators can match the production quality of what was once the exclusive province of “premium” TV producers is the democratization of production tools. Moreover, YouTube is making it even easier for creators with the introduction of new AI-powered tools. As Neal Mohan, CEO of YouTube, commented recently:



“We see AI as the next evolution of these tools – designed to empower human creativity and storytelling. But make no mistake – no studio, network, tech company, or AI tool will own the future of entertainment. That power belongs to you – the creators.”

And creators are taking these new tools to not only narrow the production quality differences between premium TV and their videos, but also to make content that is definitely not “TV quality”, as nothing like it exists on traditional television.

Creative Maximalism delivers content that traditional TV producers cannot match.

Teens and the Internet In a new Culture & Trends Report, YouTube describes the next generation of creativity, which it is calling Creative Maximalism (CM). The report makes the point that Gen Z (14-24 years old) have grown up online, on YouTube, playing games, and consuming content from around the world. Their personalities have been significantly influenced by what they have seen, heard, and experienced online. For example, three in five agree that the internet has heavily influenced their sense of humor, habits, personal style, and slang.

Gen Z culture has changed what they consider entertainment and given them a new language of creativity, the report calls creative maximalism. It has four qualities:

- Audio/Visual complexity delivered with hyper-paced editing
- Narrative co-creation where viewer and creator merge to create “voluminous” storylines and a huge cast of characters
- Internet-referential, which assumes familiarity with inside jokes, memes, and references
- Global influence (as opposed to local) on the aesthetic or theme of the content.

The report offers “Italian Brain Rot” videos as exemplary of the ethos of CM. It even claims that mainstream television brands, such as Nutter Butter, the NFL, and Hollywood studios, are adapting the style and scouting CM franchises, including “Skibidi Toilet”.

The young are undoubtedly watching this new content on television, making it, by one definition, television content. But there is nothing in the traditional TV arena to compare it to, making a quality judgment irrelevant.

That, in the end, is why the debate about whether YouTube is TV really doesn’t matter. The process of creating video entertainment, who produces it, and where it is viewed is fluid. And viewers will decide if the quality of what they are watching works for them.

NEWS

In YouTube TV Carriage Battles, Media Companies Say Tech Giant Is After Their Streaming Lunch Money

By **Dade Hayes** September 30, 2025 7:15am



Having rapidly grown from startup to dominant pay-TV operator, YouTube TV now appears to be looking to level up again by incorporating partners' streaming programming directly into its user interface.

This drive to “ingest” content, as opposed to merely “integrating” third-party services as many operators already do, has become a point of contention in a carriage standoff with NBCUniversal. In the model preferred by YouTube, even streaming exclusives (like Premier League soccer on Peacock, for example) would be accessible directly via YouTube TV as opposed to having to leave the app. The result for the tech giant is better engagement and improved advertising and subscriber metrics, though media companies trying to goose direct-to-subscriptions would have a tougher time attracting and keeping subscribers.

The current NBCU deal, as well as one with TelevisaUnivision, are both set to expire Tuesday night at midnight ET.

NBCU last week claimed that YouTube TV “has refused the best rates and terms in the market, demanding preferential treatment and seeking an unfair advantage over competitors.” YouTube TV countered that NBCU is “asking us to pay more than what they charge consumers for the same content on Peacock.” Asked directly about the issue of ingesting content, a spokesperson said, “We’re all about user choice and finding simpler ways for consumers to access the content they love. That flexibility is a win-win: it’s better for consumers, and it presents more business opportunities for us and our partners.”

The NBCU and TelevisaUnivision disputes followed battles earlier this year pitting Paramount Global and Fox Corp. against YouTube TV, which has hit 10 million subscribers since its 2017 launch. Disney and ESPN, meanwhile, are just weeks away from a fall renewal deadline, with arguably even more at stake given the recent launch of ESPN’s comprehensive direct-to-consumer service.

“Legacy media companies have realized just how hard direct-to-consumer streaming is compared to the historic stickiness (friction) of physical hardware in a subscriber’s home tied to large bundles of programming,” wrote Lightshed Partners analyst Rich Greenfield in a recent blog post. With so much premium programming, even sports, now available outside of the large and onerous MVPD packages and subscriptions able to be canceled at a touch of a button, he added, “unsurprisingly, we have seen all the legacy media streaming platforms shift back toward wholesaling their streaming services” via third parties.

A reliance on Amazon Channels, which enables streaming services to gain scale based on the tech giant’s massive flywheel but denies them full ownership of those subscribers, was “the first shoe to fall,” Greenfield wrote.

NBCU and Amazon in August announced a comprehensive distribution deal including Peacock that likely got YouTube TV’s attention, multiple industry sources told Deadline.

Warner Bros. Discovery CEO David Zaslav, while he has long been a proponent of Amazon Channels as a driver of subscriptions, recently lamented the cluttered and disjointed state of the streaming marketplace. There are “too many players in the market,” he said during a Goldman Sachs conference this month. “When viewers put on their TV, it’s a terrible consumer experience. In almost every market in the world, there’s just way too many choices. And you’re googling, ‘Where is it? How do I get from one to the other? How do I get into that platform?’”

YouTube TV’s quest to streamline that experience, as with so much else in the industry, could come down to simple economics. “It’s about what they’re willing to pay for that incremental content,” one senior exec at a rival distributor tells Deadline of the NBCU impasse.

Many of the statements from NBCU and TelevisaUnivision have pointed to YouTube’s ownership by Google. On a larger level, the tech giant’s Gemini AI platform has been mobilized as a way of siphoning off search traffic and keeping users on Google. Many TV

industry observers, even people outside of companies negotiating with YouTube TV, have drawn that parallel and they worry that it will confer unfair advantages on a tech giant whose main business has nothing to do with media or Hollywood.

And yet, Greenfield points out, “The irony is that while legacy media wants to build direct customer relationships and control the data, they are not very good at leveraging data nor building tech, implying that allowing YouTube TV to ingest and market the content within its platform would actually drive engagement for legacy media’s content.”

Ingestion has come up in several recent negotiations, the pay-TV exec added, with programmers often citing Amazon Channels deals. “They have such scale and they do provide access to select data,” the exec said. “People are making us offers that if we can match the data they’re getting from other companies like Amazon, then we can ingest their programming directly into our experience.”

Asked at an Axios conference in New York this month about YouTube TV, ESPN chairman Jimmy Pitaro took an upbeat tone. He pointed to recent deals with DirecTV and Fubo for their streamlined sports-centric packages, saying they bode well for talks with YouTube. The desire of distributors to offer price-sensitive consumers in a cord-cutting environment a menu of more targeted TV packages has prompted epic carriage disputes between Disney and both Charter and DirecTV given Disney’s array of channels.

“Our mission is to serve the sports fan,” Pitaro said. “And so we want to be present across price points and across content offerings. So, this idea of a skinny bundle or sports/broadcast offering made sense to us on the right terms. And so if you’re asking me specifically about YouTube TV, our deal is coming up this fall, we’re in discussions with them now. We are certainly open to a sports package or a genre-specific sports offering on the right business terms.” (Left unmentioned was a major poaching lawsuit filed last spring after 20-year Disney and ESPN distribution veteran Justin Connolly defected to YouTube TV.)

While Pitaro did not address the issue of ingestion vs. integration, the senior pay-TV exec said it is likely that Disney “is trying to force Disney+ and Hulu and ESPN Unlimited to be integrated, rather than ingested.” Especially given the value of sports rights, some programmers could also bifurcate their rights. “If YouTube is fighting for ingestion rights, Disney is likely pushing back.”

So-called “leaking” of premium programming, including sports, from linear TV to subscription streaming has exacerbated tensions between distribution partners. “A lot of the controversy here has been caused by the shell game of moving content around,” a distribution source tells Deadline. “There are certain SVODs connected to companies we have deals with, like WBD or AMC, we see a lot of overlap between the linear stuff we pay them for and what pops up on Discovery+ and AMC+. Creating a more centralized path to find that programming is something we are intent on doing.”

Sep 30, 2025 6:51pm PT

Univision Goes Dark on YouTube TV

By **Todd Spangler**



Google's YouTube TV has dropped Univision's local TV stations — along with other TelevisaUnivision-owned networks — after the two sides failed to come to terms on a contract renewal Tuesday.

If TelevisaUnivision's programming remains unavailable to YouTube TV subs for an "extended period of time, we'll offer our Spanish Base subscribers a \$6 credit or refund depending on your billing provider," Google said in a message to the pay-TV service's customers.

Google separately Tuesday was squaring off with NBCUniversal in contract renewal talks for YouTube TV. NBCU's current YouTube TV deal also is set to expire Sept. 30. As of this writing, talks between NBCU and Google continue.

Univision is the biggest Spanish-language broadcaster in the U.S., with 59 owned and/or operated stations. In addition to dropping Univision's stations, YouTube TV pulled TelevisaUnivision channels UniMas, TUDN, Galavision, FOROtv, De Película, De Película Clásico, Bandamax, Telehit, Telehit Música and tlnovelas.

YouTube TV also said that customers' DVR recordings of Univision and other TelevisaUnivision programming have been removed.

"TelevisaUnivision has over 160 million subscribers and billions of views across YouTube, where they generate ad revenue from their content," a YouTube spokesperson said in a statement. "On our paid live TV subscription service, YouTube TV, however, TelevisaUnivision only represents a tiny fraction of overall consumption. Since we have not reached a new agreement with them, their content is no longer available on YouTube TV."

The YouTube spokesperson added, "We encourage viewers to continue watching TelevisaUnivision's content on their YouTube channels or on their streaming platform, ViX."

In response, TelevisaUnivision said in a statement: "Google's YouTube TV has refused to 'Do the Right Thing' and dropped Univision from its platform — stripping millions of Hispanic viewers of the Spanish-language news, sports, and entertainment they rely on every day. Google's actions are especially tone-deaf and egregious on the eve of a potential government shutdown, disregarding the appeals of government officials and Hispanic organizations who urged them to keep Univision on the main bundle."

"To add insult to injury, YouTube TV chose to take this step during Hispanic Heritage Month — an act that is deeply insensitive and offensive," TelevisaUnivision's statement continued. "Google has made an unfortunate mistake that is easily reversible, and we are always open to finding constructive ways for Hispanics to regain access to their trusted and critical content. We remain steadfast in advocating for our audience and ensuring that YouTube TV subscribers know they have many options to continue watching Univision's programming through other providers."

Univision previously claimed that YouTube TV planned to remove Univision from its basic bundle and "will force Hispanics to pay another \$15 a month — an 18 percent 'Hispanic Tax' — to access Univision." TelevisaUnivision alleged that Google's move to put Univision on a separately priced add-on tier was "discriminatory and an abuse of its market power." A Google rep disputed the suggestion it was being "discriminatory" in the matter, saying that carriage renewal decisions for YouTube "are based on viewer consumption and pricing, and any suggestion to the contrary is false."

The dispute between Google and TelevisaUnivision captured the attention of lawmakers including Sen. Ted Cruz (R-Texas).

“Google/YouTube should not put @Univision and @Telemundo behind a paywall,” Cruz wrote in a post Tuesday morning on X. “Google shouldn’t be abusing its monopoly power by forcing millions of Texans & Americans to pay extra for Spanish-language programming. That’s not right & it’s not fair.” (All of YouTube TV is “behind a paywall”; the base package is \$82.99/month. Cruz is referring to YouTube TV’s proposal to charge an additional fee for Spanish-language broadcast nets including Univision and NBCU’s Telemundo.)

Sep 30, 2025 9:06pm PT

NBCU, YouTube TV Reach Short-Term Deal Extension to Avert Blackout

Google-owned internet TV service dropped Univision networks Sept. 30 after deal impasse

By **Todd Spangler**



Chicago Fire - NBC

Google and NBCUniversal inked a short-term extension on their existing carriage deal for YouTube TV, keeping the networks on the service for now as the sides work to hammer out final terms. The announcement came as their previous pact expired Sept. 30 at midnight ET.

“We’ve reached a short-term extension to avoid disruption to our service while we work toward a new agreement with NBCUniversal,” Google spokesperson said. “We appreciate our subscribers’ patience while we negotiate on their behalf.”

NBCU last week started warning YouTube TV subs they they might lose access to its networks. Google has claimed that the media company “is asking us to pay more than what they charge consumers for the same content on Peacock, which would mean less flexibility and higher prices for our subscribers.” If NBCU programming content is “unavailable for an extended period of time,” YouTube TV subscribers will be eligible to receive a \$10 credit, Google said in a message on its customer-support site.

At risk of going dark YouTube TV as a result of the dispute have been NBC shows including “Saturday Night Live,” “The Voice,” “Law & Order,” “Chicago Fire,” “Today” and “The Tonight Show Starring Jimmy Fallon” as well as NFL and college football and more, plus cable channels like Bravo, MSNBC, CNBC and USA.

Earlier Tuesday evening, YouTube TV dropped Univision and other TelevisaUnivision networks after the sides were unable to come to terms on a contract renewal. The previous YouTube TV carriage agreement with TelevisaUnivision expired Sept. 30 as well. YouTube TV is offering affected subscribers a \$6 credit or refund with the TelevisaUnivision blackout.

The affected NBCU channels include those that are set to be spun off into Versant, the new company that will house its cable TV properties (with the exception of Bravo). The channels are: NBC local stations; MSNBC; USA; Bravo; Golf Channel; CNBC; Oxygen True Crime; E!; Cozi; Syfy; American Crimes; NBC News Now; and Telemundo and Universo. Also affected are regional sports networks NBC Sports Philadelphia, NBC Sports Bay Area, NBC Sports Boston and NBC Sports California.

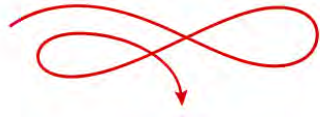
YouTube TV had an estimated 9.5 million customers as of the end of 2024, according to research firm MoffettNathanson – making it the biggest internet-delivered pay TV provider in the U.S.

Google has been embroiled in YouTube TV distribution deal disputes with other big programmers this year. After contentious deal talks, YouTube TV and Paramount Global (now Paramount Skydance) renewed their agreement to carry CBS stations nationwide and more than 20 other channels in February. And Fox Corp. and YouTube TV reached a renewal in August 2025 after a public back-and-forth.

And four years ago, Google and NBCU had tangled over YouTube TV: In 2021, NBCU’s distribution deal for YouTube TV expired but the companies quickly worked out a long-term pact.

Justin Connolly, former head of distribution at Disney, joined YouTube as VP, global head of media this spring. Disney sued YouTube and Connolly, alleging breach of contract and seeking to block his employment at Google, but a California state court rejected Disney’s request. According to Disney’s lawsuit, the media company’s contract for YouTube TV is up for renewal soon.

PUCK



Kimmel & The Disney+ Cancellation Epidemic

Beyond the shabby politics and Hollywood outrage, Disney's decision to reinstate its late-night host was also evidence that "churn events" matter more than ever.



Disney hasn't disclosed the exact number, but subscribers have been canceling, beginning with the MAGA crowd after Kimmel's initial comments and then picking up with the free speech set after Disney preempted Kimmel "indefinitely."

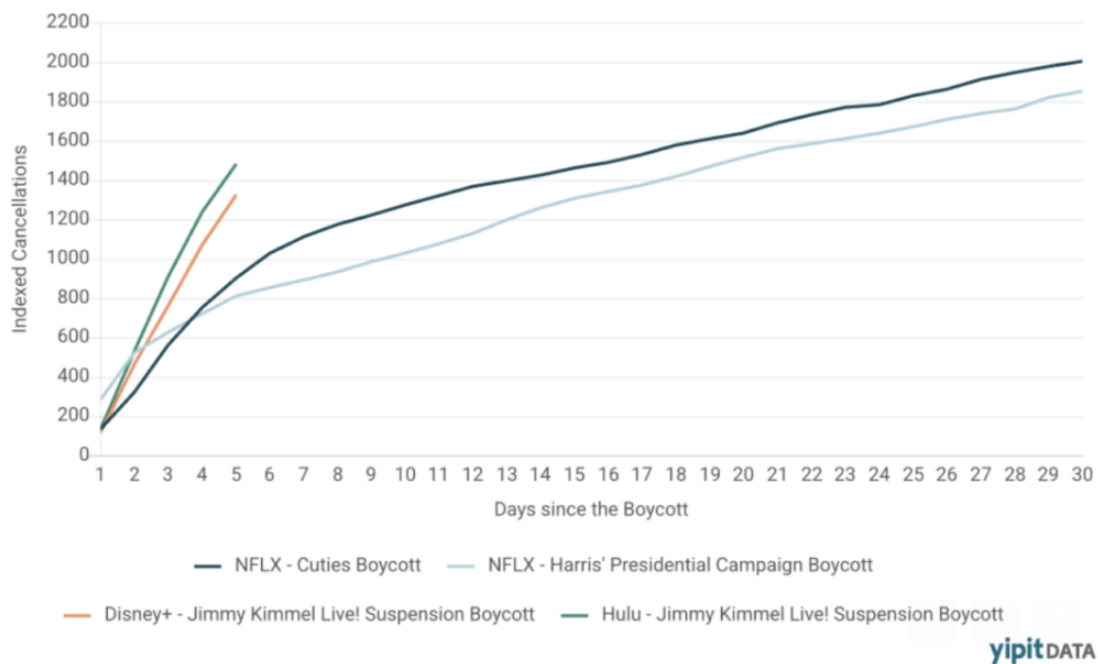
Julia Alexander September 30, 2025

Obviously, multiple variables factored into the decision by Disney leaders Bob Iger and Dana Walden to reinstate Jimmy Kimmel last week: blowback from talent, recognition (finally) that appeasing Trump would encourage further attacks, and maybe even a twinge of moral principle. But there's little question that an uptick in streaming cancellations, which Kimmel winked at during his first night back, also played a role. Online boycotts like this don't usually amount to much, especially in the long term.

But certain moments can gain traction. As one financial analyst told me, Iger undoubtedly wanted to minimize a subscriber exodus just as the company's fourth fiscal quarter ended.

Disney hasn't disclosed the exact number, but subscribers have been canceling, beginning with the MAGA crowd after Kimmel's initial comments and then picking up with the free speech set after Disney preempted Kimmel "indefinitely." According to Yipit, a data firm that uses credit card transactions and browser cookies to track consumer activity, the churn rate for Disney+ and Hulu during the first five days of l'affaire Kimmel was nearly six times higher than before the host's suspension. That exceeded the initial churn rate at Netflix following the 2020 controversy surrounding Cuties, which sparked a furor over allegedly exploitative marketing. It's also higher than the churn blowback following Netflix co-founder Reed Hastings' \$7 million donation to a Kamala Harris super PAC last year.

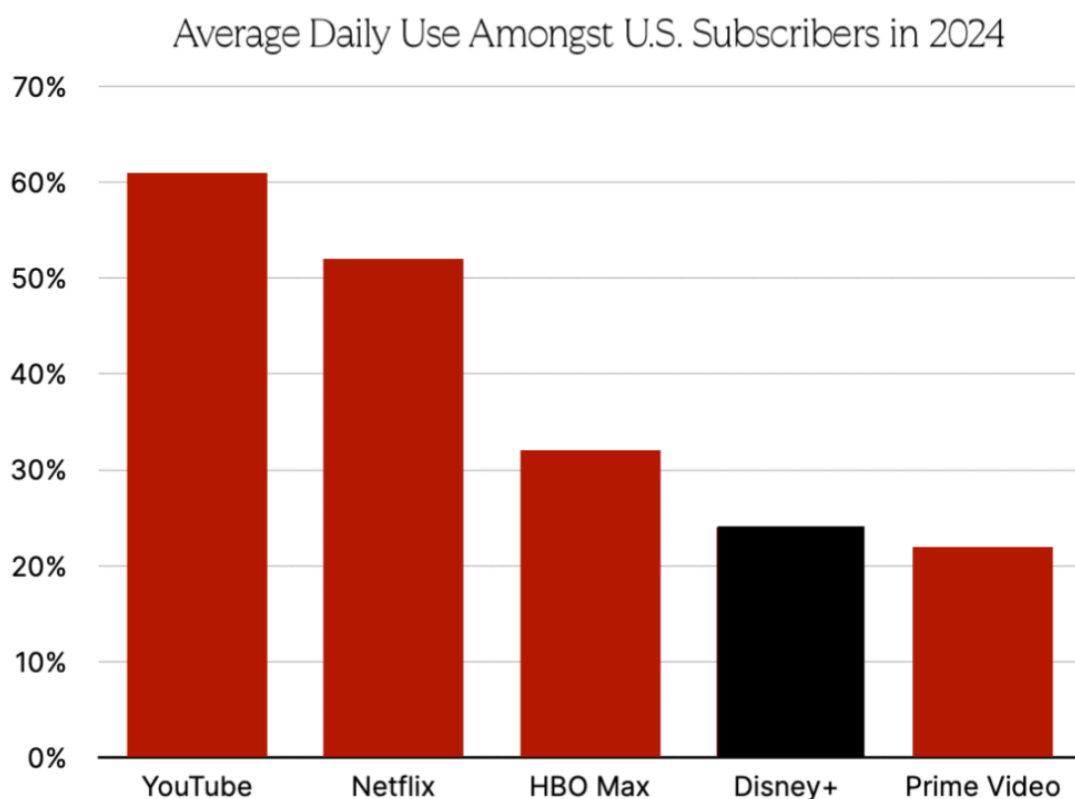
Disney vs Netflix: The Cancel Events



It's unclear how many of the Kimmel cancelers might have turned their subscriptions back on when Disney relented. And sometimes it can be difficult to tell why subscribers are cancelling in the first place. The shift after Hastings donated to Harris, which represented triple the streamer's average churn, was seemingly buoyed by Netflix's efforts to phase out its cheapest tier. But the initial Kimmel data is pretty straightforward: There was no big series or sports season ending, and Disney didn't announce its next price hike until the following Monday—an apparently unavoidable, yet unfortunate coincidence—concurrent with revealing that Kimmel would return.

Joe Earley, Disney's head of D.T.C. operations, will run all the usual win-back campaigns. But even minor mass cancellation events can be tough for Disney+ and Hulu, whose usual churn rates of around 5 percent are three points higher than Netflix's. And the data shows that neither service is as valuable to customers as it was a couple of years ago, when there were fewer options. (Disclosure: I previously worked at Disney.)

Iger told analysts last month that he is "very, very focused" on the churn issue. Folding Hulu into Disney+ is a smart first step toward creating a unified super-app with everything in one place. In the future, Fubo and ESPN could also be integrated into the single app. Theoretically, the growing value of the bundle would outpace price hikes, making subscribers less likely to cancel—including when controversies flare over a single show, like Kimmel's.



Source: digital I, via Emily Horgan's "State of Kids Streaming" Report, H1 2025

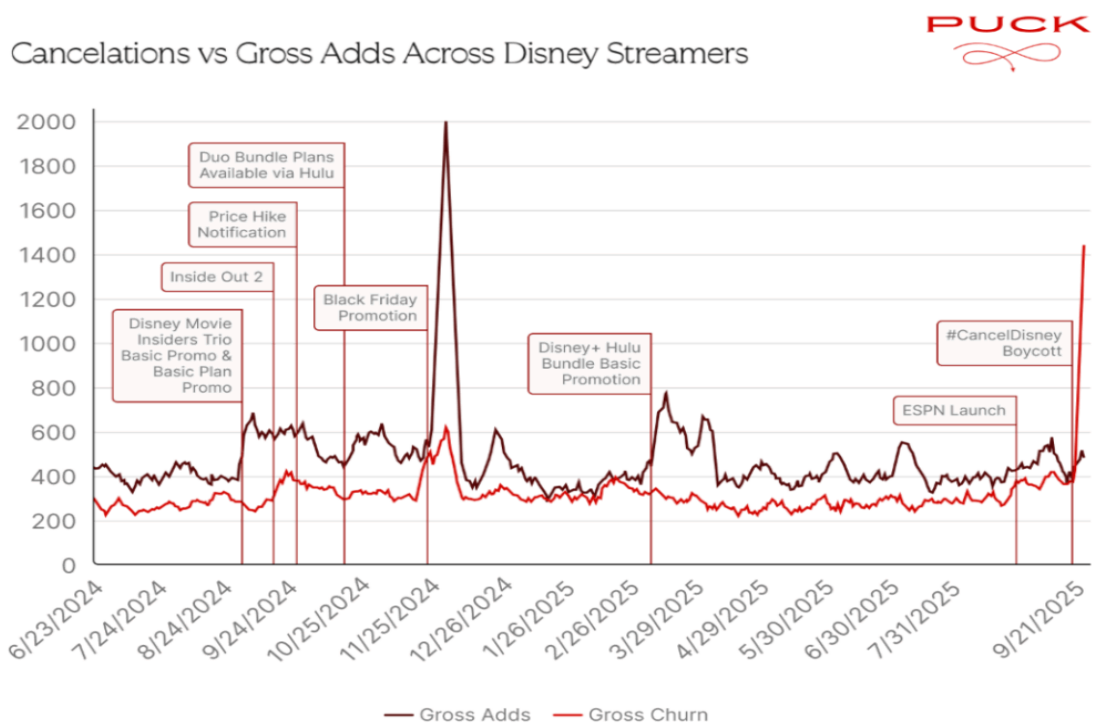
Iger et al. still have plenty of work to do on that front, though. Disney's combined streaming services (Disney+ and Hulu) have failed to move beyond a 5 percent share of all TV viewership in the U.S. since Nielsen started reporting their combined engagement in January. In that same time, Netflix has increased its share by nearly a full percentage point, and YouTube jumped 2.5 points. According to a recent Wolfe Research survey, consumers ranked Disney+ as the least valuable of the six major stand-alone streamers, but still far ahead of more niche offerings like Starz. Hulu fared better, but was beaten by Paramount+.

Among U.S. streaming customers, less than 25 percent use Disney+ every day, compared to 52 percent for Netflix and 32 percent for HBO Max, according to Digital i. And while Disney+ outperforms Netflix with preschoolers—historically, the first stage of Disney’s lifetime consumer acquisition pipeline—Netflix now leads with the 6-9 and 10-12 demos, according to Precise TV data from kids’ content analyst Emily Horgan.

Hulu Bundles Up

Plenty of cancelers do come back, of course, often sooner rather than later. About 33 percent of those who cancel a streaming service resubscribe within six months, Antenna has found. And Disney’s newly enhanced bundle is helping: Hulu’s churn rate dropped an average of two percentage points when offered with Disney+, Antenna noted. Meanwhile, of the nearly 1 million subscribers who have signed up for the new ESPN Unlimited in its first 10 days, 80 percent chose the bundle option with Disney+ and Hulu—no doubt helping offset some of the Kimmel-related losses. About 10 percent of all customers also chose an annual plan, making those audiences less likely to cancel.

Maybe some of those new subscribers subsequently canceled due to the Kimmel situation. But it’s unlikely they’ll want to miss out on another weekend of football, especially given the strong lineup of games on ESPN (well... after tonight’s battle of 0-3 teams on Monday Night Football, anyway). In the last week of August, all the programming across Disney’s portfolio (regardless of platform) accounted for 11.5 percent of TV viewing time in the U.S., per Nielsen’s Distributor Gauge—mostly due to the return of college football and preseason NFL coverage.



Data provided by yipitDATA

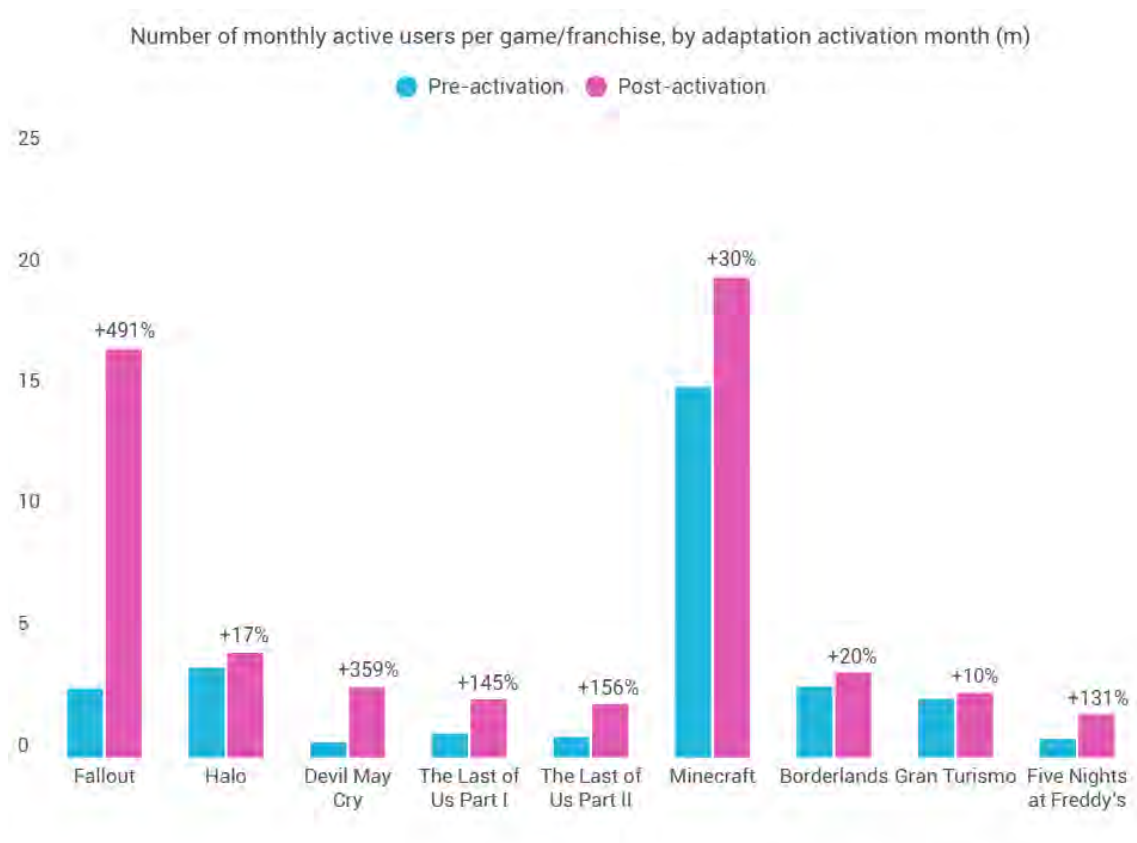
The fall season tends to be good for Disney+ and Hulu off the field, too: The return of popular shows like *Grey's Anatomy* and *Abbott Elementary* drives strong next-day viewing on Hulu. Between September and November, more than 90 percent of Disney+ and Hulu subscribers will watch Halloween content such as *The Nightmare Before Christmas*, *Hocus Pocus*, and *American Horror Story*, per the company. High-profile movies like *The Fantastic Four: First Steps* will land on Disney+ soon, and the first two *Avatar* films will likely get a boost in advance of James Cameron's *Avatar: Fire and Ash* on December 19, not to mention the number of *Zootopia* restreams ahead of *Zootopia 2* in November.

As Disney moves toward integrating all that content—the NFL, classic films, big I.P., the Hulu serials, and prestige FX shows—individual churn events like the Kimmel imbroglio should become easier to weather. Like any churn activity, the question that matters is what percentage of those customers a company can win back—and how fast—so advertisers don't follow them out the door. Unlike with cable, where nearly every network was tied into one unwieldy service, customers who want to make their voice heard can just open an app and hit cancel. No one at Disney is celebrating right now, but we can be sure they're thankful the Kimmel screwup happened during football season.

16.09.2025 - RICARDO PARSONS

TV series adaptations boost video game player numbers by up to 490%

New research from Ampere Analysis reveals that TV or movie adaptations of video games drive average player growth of almost 140% - far higher than uplift from game-based activations alone. *Fallout's* 2024 Prime Video launch, for example, saw the franchise's monthly active users (MAUs) soar nearly 500%, while HBO's *The Last of Us* garnered more than 4m new players across its two seasons.



Source: Ampere Games – Analytics

TV adaptations deliver the most substantial boost. The average uplift in players according to Ampere's Games Analytics title activity data is 203%, compared to just 48% for movie adaptations.

Fallout's screen debut on Amazon Prime Video delivered record growth for the franchise: The 2024 TV series lifted MAUs by 490%, with 80% of the 14m activated players playing for the first time. By contrast, *Fallout 76*'s DLC updates in June and December 2023 increased MAUs by just 17% on average.

HBO's two TV seasons of *The Last of Us*, which propelled the show to the top of Ampere's title popularity charts, increased franchise engagement by an average of 150%. In comparison, the remastered release of *The Last of Us Part II* on PS5 and the addition of *The Last of Us Part I* to the PlayStation Plus (PS+) catalogue increased monthly players by 70% and 29%, respectively.

Shows with a modest popularity still see an uplift from a TV adaptation. Netflix's Anime adaptation of the game series *Devil May Cry* peaked as only the 58th most popular TV Show in April 2025, but still delivered a 358% increase in players versus the previous month.

Moreover, even perennially popular games, such as *Minecraft*, grow with media adaptations. *Minecraft* already accounted for between 1%-2% of monthly total game play time across Xbox, PlayStation and Steam in the year to March 2025, yet MAUs still increased 30% with the release of *A Minecraft Movie* in April 2025. Over half (54%) were reactivated lapsed players.

Coordinated cross-media activity is also key, with ongoing game activations supporting retention. For example, Sony kept *The Last of Us* franchise active through a strategy of remasters and wider availability, helping retain 20% of players 180 days after the game's peak engagement.

Media adaptations are superchargers for the player bases of gaming franchises, attracting new audiences at scale to extend a game's reach. With adaptations of *Call of Duty*, *Life is Strange*, and *Dark Deception* all announced recently, Ampere expects this trend to continue – creating win-wins for publishers seeking new players and studios hungry for ready-made fanbases.

Examining Hollywood's Increasingly Asymmetrical Embrace of Gaming IP

By Kaare Erikson | Media Analyst | SEPT 30, 2025

Newly christened Paramount Skydance turned heads in September with a major deal for a Call of Duty film, buoying a strong base of licensed gaming IP like Sonic the Hedgehog.

The move granted Paramount the film and TV license to the Activision IP — by far the biggest in the console ecosystem — giving it a big edge in an increasingly crowded market where major players are grabbing gaming IP wherever they can get it.

However, there is little symmetry to be found in how each company is approaching the IP at their disposal.

NOTABLE GAMING ADAPTATIONS UNDERWAY, BY STUDIO

STUDIO	OWNED IP	LICENSED IP
Sony	<i>Ghost of Tsushima</i> , <i>Helldivers</i> , <i>God of War</i> , <i>Horizon Zero Dawn</i> (all film)	<i>Resident Evil</i> , <i>The Legend of Zelda</i> , <i>Metal Gear Solid</i> (all film)
Amazon	N/A	<i>Tomb Raider</i> (film & TV), <i>God of War</i> (TV), <i>Mass Effect</i> (TV), <i>The Sims</i> (film), <i>Split Fiction</i> (film), <i>It Takes Two</i> (film), <i>Life Is Strange</i> (TV), <i>Wolfenstein</i> (TV)
Netflix	N/A	<i>Assassin's Creed</i> (TV), <i>Gears of War</i> (TV), <i>BioShock</i> (film), <i>Mega Man</i> (film), <i>Minecraft</i> (TV)
Paramount	N/A	<i>Sonic the Hedgehog</i> , <i>Street Fighter</i> , <i>Angry Birds</i> , <i>Call of Duty</i> (all film)
Warner Bros.	<i>Mortal Kombat</i> (film)	<i>Pokémon</i> , <i>Fruit Ninja</i> (both film)
Universal	N/A	<i>Super Mario</i> , <i>Five Nights at Freddy's</i> (both film)
A24	N/A	<i>Death Stranding</i> , <i>Elden Ring</i> (both film)
Lionsgate	N/A	<i>Rabbids</i> (film)

PlayStation owner Sony, for instance, is understandably a heavy cross-media player, having kicked off its PlayStation Productions shingle with its *Uncharted* film in 2022 and HBO's *The Last of Us* in 2023, which has at least one more season left. Sony also has several films in development based on wholly owned IP, including *God of War*.

Still, the projects that are moving fastest in Sony's pipeline are licensed from other owners. *Weapons* director Zach Cregger's *Resident Evil* reboot next year and a live-action adaptation of Nintendo's *The Legend of Zelda* are everything Sony has coming up in the near term.

Hints at an *Uncharted* sequel have yet to materialize into confirmed plans, while subsequent PlayStation adaptations such as *Gran Turismo* and *Until Dawn* were nowhere near as successful as *Uncharted*.

GAMING IP: UPCOMING FILM & TV ADAPTATIONS
 Limited to scheduled releases and projects in active stages of production with distribution

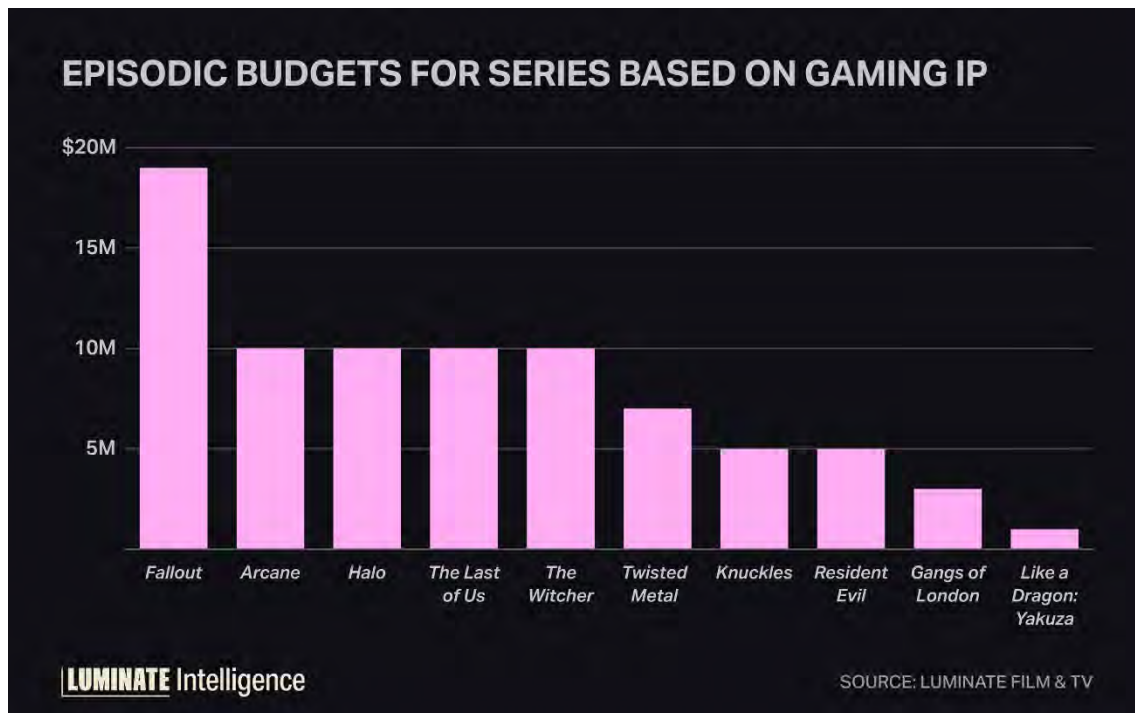
PROJECT	MEDIUM	DISTRIBUTOR/PLATFORM	RELEASE
<i>Splinter Cell: Deathwatch</i>	TV	Netflix	Oct 14, 2025
<i>Five Nights at Freddy's 2</i>	Film	Universal	Dec 5, 2025
<i>Tomb Raider: The Legend of Lara Croft S2</i>	TV	Netflix	Dec 11, 2025
<i>Fallout S2</i>	TV	Prime Video	Dec 17, 2025
<i>Gangs of London S3</i>	TV	AMC+	TBA 2025
<i>Return to Silent Hill</i>	Film	Cineverse	Jan 23, 2026
<i>Exit 8</i>	Film	Neon	Early 2026
<i>The Super Mario Galaxy Movie</i>	Film	Universal	Apr 3, 2026
<i>Mortal Kombat 2</i>	Film	Warner Bros.	May 15, 2026
<i>Resident Evil</i>	Film	Sony	Sep 18, 2026
<i>Street Fighter</i>	Film	Paramount	Oct 16, 2026
<i>The Angry Birds Movie 3</i>	Film	Paramount	Dec 23, 2026
<i>Devil May Cry S2</i>	TV	Netflix	TBA 2026
<i>The Mortuary Assistant</i>	Film	Shudder	TBA 2026
<i>Sonic the Hedgehog 4</i>	Film	Paramount	Mar 19, 2027
<i>The Legend of Zelda</i>	Film	Sony	May 7, 2027
<i>The Last of Us S3</i>	TV	HBO	TBA 2027
<i>Assassin's Creed</i>	TV	Netflix	TBA
<i>God of War</i>	TV	Prime Video	TBA
<i>Tomb Raider</i>	TV	Prime Video	TBA

LUMINATE Intelligence SOURCE: LUMINATE FILM & TV

Similar to *The Last of Us*, the only adaptation of PlayStation IP approaching the production stage is Amazon's live-action *God of War* series from *Battlestar Galactica* steward Ronald D. Moore, which is in pre-production.

Given Amazon's big success with *Fallout*, which has a second season due in December, it makes sense that Amazon is taking advantage of its financial resources to commit to more live-action TV series based on video games, including *Tomb Raider*, which recently cast *Game of Thrones*' Sophie Turner in the lead role. If greenlit, space-set *Mass Effect* will also be somewhat of a successor to Prime Video's *The Expanse*. Despite Amazon MGM's packed 2026 film slate, there isn't a single film adaptation that isn't still in the development stage.

Episodic budgets for live-action series based on gaming IP tend to be among the highest, which is likely why Warner Bros. is avoiding further TV adaptations of games after *The Last of Us* and only has one *Mortal Kombat* sequel in the periphery, with little else in development, though a sequel to 2025's best domestic performer *A Minecraft Movie* is nearly guaranteed.



Netflix does have a live-action *Assassin's Creed* series in pre-production from Roberto Patino, who is also penning A24's film adaptation of web series *The Backrooms*. But the streamer is mainly focused on animated adaptations, with a *Gears of War* anime series coming after critically acclaimed *Cyberpunk 2077*, *Tomb Raider* and *Devil May Cry* anime shows, as well as an animated *Minecraft* series. Despite delays and setbacks, a *BioShock* film script is further along, but nothing has materialized beyond basic development work.

As for A24, film adaptations for *Death Stranding* and *Elden Ring* remain the closest examples the distributor has to a coherent franchise strategy with directors attached, but both projects remain in development.

Universal also appears to be perfectly content with *Five Nights at Freddy's* and *Super Mario* in its film roster — with sequels due in December and next April, respectively — but no other gaming-based projects otherwise. After its *Borderlands* flop last year, Lionsgate has no gaming adaptations coming up, aside from a *Rabbids* project in development since 2019.

Outside of those companies actually engaged with bringing gaming IP to the big and small screens, Disney remains focused solely on its own IP, with no film or TV adaptations based on the space.

And in stark contrast to Amazon, Apple has yet to chase gaming IP, despite audience goodwill for Rob McElhenney's *Mythic Quest* series, which revolved around a gaming studio.

As much as gaming IP has been dramatically pursued in recent years, the adoption of such properties and the subsequent execution of adaptations is still highly inconsistent from studio to studio.

Paramount certainly has an advantage with Call of Duty, but as its Hollywood contemporaries have shown, getting these projects to the finish line is easier said than done.



Telemundo Studios y The Mediapro Studio firman alianza para coproducir películas para US hispanic

EXCLUSIVA: The Mediapro Studio US & Canada y Telemundo Studios sellaron una alianza para desarrollar y producir juntos películas originales dirigidas al público hispano en Estados Unidos y en mercados internacionales.



JC Acosta

El acuerdo llega tras haber anunciado este lunes la coproducción de la película 'Atrápelo quien pueda' junto a Cinépolis, que se convierte así en el primer título fruto de la alianza.

Según detallaron, The Mediapro Studio US & Canada trabajará junto a Telemundo Studios en la producción de películas "con historias impactantes, talentos destacados y formatos innovadores".

"Estamos encantados de asociarnos con Telemundo, un líder destacado en medios en español, para crear contenido innovador que resuene profundamente con las audiencias hispanas en Estados Unidos y más allá. Esta colaboración es un paso emocionante en nuestra misión de producir historias relevantes a nivel global y con fuerte impacto local", dijo JC Acosta, director de The Mediapro Studio US & Canada.

"Nos enorgullece unir fuerzas con The Mediapro Studio en una alianza que pone en el centro las historias en español. Juntos crearemos contenido que amplifique y refleje las voces latinas, mientras seguimos estableciendo nuevos estándares de producción de alto nivel en la industria", agregó Javier Pons, director de contenido y jefe de Telemundo Studios.

'Atrápelo quien pueda', la primera película de esta alianza, es una comedia romántica en español protagonizada por el actor mexicano Jaime Camil, conocido por su trabajo en la serie 'Jane The Virgin'.



Javier Pons

Lo acompañan en el reparto Natalia Téllez, Isabella Arroyo, Ricardo Polanco y Verónica Langer.

La cinta es una coproducción de The Mediapro Studio US & Canada, Telemundo Studios y Cinépolis.

Está dirigida por Alfonso Pineda Ulloa y cuenta con la producción de Laura Fernández Espeso por The Mediapro Studio y la producción ejecutiva de JC Acosta y Francesca Ricagni; Miguel Rivera y Francisca Barraza por parte de Cinépolis; y Jacky Castro y Elizabeth Suárez por parte de Telemundo Studios.

Cinépolis se encargará del estreno en salas y de las ventas en América Latina, Telemundo Studios en Estados Unidos, y The Mediapro Studio distribuirá la película en el resto del mundo.

Gonzalo Larrea

30-09-2025

©cveintiuno

INDUSTRIES | TECHNOLOGY

AI-Generated Actress Draws a Rebuke From Actors Union



By **Thomas Buckley** September 30, 2025

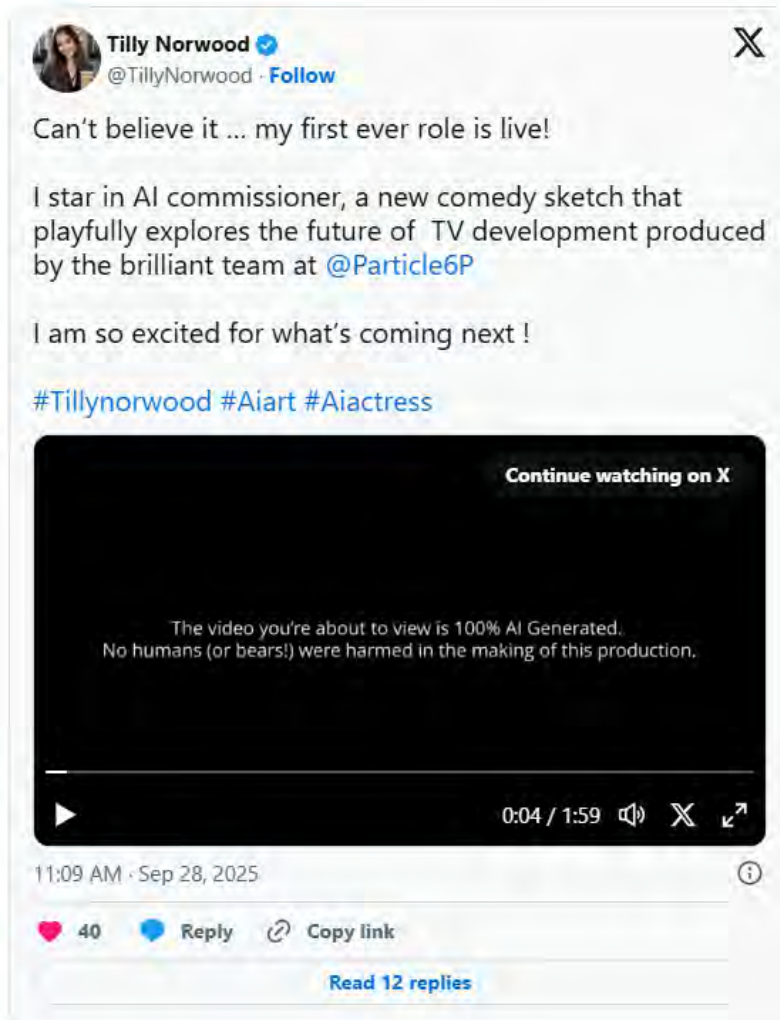
✦ **Takeaways** by Bloomberg AI

Hide ^

- SAG-Aftra criticized the AI-generated character Tilly Norwood, stating the union is opposed to the replacement of human performers by synthetics.
- Tilly Norwood's creator, Eline van der Velden, said the character represents experimentation, not substitution, and that artificial intelligence is a new tool.
- The issue of AI in the entertainment industry has led to lawsuits and strikes, with companies such as Walt Disney Co. and Warner Bros. Discovery Inc. suing AI startups for copyright infringement.

SAG-Aftra, the union of film and TV industry actors, criticized the AI-generated character Tilly Norwood, who is the subject of a viral video poking fun at the entertainment industry.

“The union is opposed to the replacement of human performers by synthetics,” the Los Angeles-based organization said in a statement Tuesday. “It creates the problem of using stolen performances to put actors out of work, jeopardizing performer livelihoods and devaluing human artistry.”



In a social media post, Norwood’s creator, Eline van der Velden said the character “represents experimentation, not substitution.” Artificial intelligence represents a “new tool – a new paintbrush,” she said.

Van der Velden said she has held talks with talent agents about representing Norwood, the website Deadline reported.

Van der Velden’s company, Particle6, bills itself as “Europe’s leading up-and-coming AI production studio.” Founded in 2015, the company has created content for media outlets such as BBC Three, Hearst Networks and Sky Kids, according to its website.

The viral clip, titled AI Commissioner, is an AI-generated parody of a UK TV studio trying to pitch a show.

“It tested ridiculously well, particularly among men who shop at Screwfix and women obsessed with gut health,” one of the characters says.

Hollywood has become increasingly strident in opposing AI. In 2023, members of SAG-Aftra and the Writers Guild of America went on strike in part to secure assurances that their jobs weren’t being replaced by machines.

Walt Disney Co., Universal Pictures parent Comcast Corp. and Warner Bros. Discovery Inc. have all sued AI startup Midjourney, alleging copyright infringement and the theft of characters’ likenesses and performances.

On Tuesday, Disney released a cease-and-desist letter sent to Character Technologies Inc. on Sept 18, saying the company is using copyrighted material without authorization.

A spokesperson for Character Technologies said the company has removed Disney-related content.

“It’s always up to rightsholders to decide how people may interact with their IP, and we respond swiftly to requests to remove content that rightsholders report to us,” the spokesperson said in an email.

– With assistance from Rachel Metz

BUSINESS MEDIA

Comcast Names President as Co-CEO to Serve With Brian Roberts

Michael Cavanagh will helm firm with longtime chief executive

By [Isabella Simonetti](#) Updated Sept. 29, 2025 9:57 am ET



Michael Cavanagh and Brian Roberts will jointly lead Comcast. Photo: Drew Angerer/Getty Images

Michael Cavanagh will serve as co-chief executive of Comcast CMCSA -0.73% decrease; red down pointing triangle alongside Brian Roberts, the company said on Monday.

“He is the ideal person to help lead Comcast as we manage the pivot we are making to drive growth across the company,” said Roberts, Comcast’s longtime chief executive who is also the company’s chairman.

Roberts said he was “thrilled” to be working with Cavanagh “for years to come.”

Cavanagh, who joined Comcast in 2015, currently serves as the company's president. Before that, he worked in various roles in finance including as co-CEO of JPMorgan Chase's Corporate & Investment Bank. He also served as JPMorgan Chase's chief financial officer.

Comcast is the parent of NBCUniversal, which is home to the NBC broadcast network; MSNBC, CNBC, Oxygen and a number of other networks.

One of the main challenges facing Comcast and its pair of chief executives will be its \$7 billion spinoff of NBCUniversal's cable networks, which the company greenlighted last year.

The spinoff is expected to be completed by the end of this year. Bravo and the NBC broadcast network will remain with the mothership.

The decision to spin off many of the NBCUniversal cable networks represented a bet that NBCUniversal's remaining assets in broadcast, sports, movies and theme parks would be better positioned to grow.

In May, Comcast opened its Epic Universe theme park in Orlando, Fla., for about \$7 billion, prompting an arms race with Disney.

Roberts, who is 66 years old and has served as the company's chief executive since 2002, works closely with Cavanagh, 59.

Roberts has no intention of stepping aside soon, according to a person familiar with the matter. Cavanagh's promotion is, however, both part of the company's succession planning and an acknowledgment of the work he has done for the company, the person said.

Cavanagh was the first president of the company who wasn't a member of the Roberts family. As part of his new role, Cavanagh will be added to the company's board of directors.

Write to Isabella Simonetti at isabella.simonetti@wsj.com

FINANCIAL TIMES

Spotify Technology SA

Spotify CEO Daniel Ek to step down as music streamer splits role

Company appoints Alex Norström and Gustav Söderström co-chief executives as co-founder becomes executive chair



In an internal note to staff, Daniel Ek said he would now 'focus on the long arc' of Spotify while remaining 'deeply involved' © Reuters

Anna Nicolaou in New York SEPTEMBER 30, 2025

Spotify chief executive Daniel Ek is stepping down from the role after 19 years and becoming executive chair, in a shake-up at the music streaming pioneer that will split his position between two top lieutenants.

The company said on Tuesday that Alex Norström and Gustav Söderström would take over as co-chief executives at the start of next year.

Ek, who co-founded Spotify in 2006, said on Tuesday that he had already “turned over a large part of the day-to-day management and strategic direction of Spotify to Alex and Gustav”, adding that their promotion “simply matches titles to how we already operate”.

Spotify shares closed 4.2 per cent lower in New York, though they have gained more than 50 per cent this year.

Ek, 42, started Spotify in Sweden in his early twenties at a time when the music business was still struggling to find its footing after being hit hard by online piracy. His start-up went on to revolutionise the industry and help revive it after the Napster era.

In the past few years, as Spotify slashed costs and reported its first annual profit, Ek has shifted focus to new ventures via his investment firm Prima Materia. Through that vehicle Ek in June led a €600mn investment in Helsing, a German defence group, prompting a backlash from some artists and users.

In an internal note to staff, Ek said he would now “focus on the long arc” of Spotify while remaining “deeply involved” — particularly on “strategy, capital allocation, regulatory efforts and the calls that will shape the next decade”.

He described his new role as a more “hands-on” European-style chair, in contrast to a “traditional” US model.

“In the US it’s largely a ceremonial role, in Europe it isn’t,” Ek said on a call with analysts. “A chairman is quite active in the business. I am still retaining an office here with Gustav and Alex.” Ek held more than 14 per cent ownership of Spotify shares at the end of 2024.

Norström and Söderström became co-presidents three years ago — with Norström managing subscriptions, advertising and content while Söderström was in charge of technology and engineering. Both executives have spent more than a decade with Spotify.



EMPRESAS Y MARCAS

Estreno de Movistar Plus+: Mochoman, el primer documental sobre un deportista paralímpico colombiano



Publicado Hace 1 día el 29 septiembre, 2025
Por Redacción RMC



Juan José Florián, conocido como Mochoman, ciclista paralímpico de Movistar Colombia. (Foto © Prensa Movistar)

Movistar Colombia anuncia que, por primera vez, un deportista paralímpico colombiano es protagonista de un documental exclusivo en una plataforma internacional, Movistar Plus+ reconociendo no solo su trayectoria deportiva, sino también su impacto humano y social. Mochoman, una producción que marca un hito en la historia del deporte colombiano.

Juan José Florián, conocido como Mochoman, ha transformado el dolor en fuerza. Víctima del conflicto armado, perdió parte de sus extremidades, pero encontró en el ciclismo una vía para reconstruirse y alcanzar la élite del deporte paralímpico. Su carrera ha estado marcada por la perseverancia, el coraje y una inquebrantable voluntad de avanzar, convirtiéndose en símbolo de resiliencia para Colombia y el mundo.



Juan José Florián, en el Campeonato Nacional de Paracycling. (Foto © FCC)

“Estoy muy contento por dejar plasmada mi historia en este Informe Plus+, la verdad el trabajo realizado con el canal fue muy bonito, poder mostrar mi Colombia, mi familia, las personas que han hecho parte de mi proceso. Que sea una inspiración para tantas personas que están postradas en una cama, cuando por tener alguna discapacidad las marginan al olvido, el deporte salva vidas, y salvó la mía. Más allá de la violencia, más allá del dolor siempre existe una forma de sanar y seguir el camino” afirmó Juan José Florián, Mochoman ciclista paralímpico de Movistar Colombia.

La realización del Informe Plus+ fue grabado entre Bogotá y Madrid, representa un reconocimiento sin precedentes a su historia. Más allá de los logros deportivos, Informe Plus: Mochoman dignifica la lucha de quienes enfrentan barreras físicas y sociales, y visibiliza el poder transformador del deporte.

Este homenaje audiovisual no solo honra a Juan José como deportista, sino como ser humano que inspira, que desafía límites y que representa lo mejor del espíritu colombiano.

***Con Información Prensa Movistar**

'Mochoman', protagonista del primer documental sobre un deportista paralímpico colombiano

EFE · Competición Carretera · 29/09/2025



El ciclista Juan José Florián, conocido como 'Mochoman', es el protagonista del primer documental sobre un deportista paralímpico colombiano, una historia que se estrena en la plataforma internacional Movistar Plus+.

La producción, grabada entre Bogotá y Madrid, representa un reconocimiento internacional a la trayectoria de Florián, en la que el común denominador es la superación personal y deportiva.

Florián resultó herido por un artefacto explosivo que las FARC dejaron en la puerta de su casa, camuflado en un paquete, en 2011. Al despertar del estado de coma, ya no tenía brazos ni parte de la pierna derecha.

"Estoy muy contento por dejar plasmada mi historia en este Informe Plus+. La verdad, el trabajo realizado con el canal fue muy bonito, poder mostrar mi Colombia, mi familia, las personas que han hecho parte de mi proceso", dijo Florián, citado en un comunicado de Movistar.

El deportista del equipo Movistar, que también practicó natación, añadió que espera que el documental "sea una inspiración para tantas personas que están postradas en una cama, que son marginadas al olvido por tener alguna discapacidad".

"El deporte salva vidas, y salvó la mía. Más allá de la violencia, más allá del dolor, siempre existe una forma de sanar y seguir el camino", expresó.

El largometraje se estrenó en exclusiva este lunes 29 en Movistar Plus+, disponible únicamente en España y Andorra, y es un reconocimiento no solo a su trayectoria deportiva, sino también a su impacto humano y social.

"Mochoman" es una producción que marca un hito en la historia del deporte colombiano y de Florián, cuya carrera deportiva ha estado marcada por la perseverancia, el coraje y una inquebrantable voluntad de avanzar, convirtiéndose en símbolo de resiliencia para Colombia y el mundo

ESTRENOS

Estrenos de Movistar plus+ en octubre de 2025

Descubre qué novedades llegan a Movistar

Publicado en septiembre 29, 2025 por Lionel Marrero



Octubre aterriza en Movistar Plus+ con una oferta variada que combina cine de autor, producciones originales y títulos premiados en los festivales más importantes del año. La plataforma sigue apostando fuerte por el mejor contenido europeo y nacional, al tiempo que refuerza su programación con ciclos temáticos, estrenos exclusivos y una cuidada selección de documentales.

Este mes se dan cita historias que miran al presente con mirada crítica, biopics que revisan a grandes figuras del siglo XX y una cartelera que no olvida el entretenimiento puro, con thrillers, comedias y dramas que han triunfado en salas y certámenes. Además, Movistar Plus+ continúa ampliando su compromiso con el contenido social y cultural, con producciones que reflexionan sobre identidad, memoria o justicia.

Películas de Movistar Plus+ en octubre de 2025

El otoño entra fuerte en Movistar Plus+ con una cartelera cinematográfica que da gusto ver. Este mes, la plataforma pone sobre la mesa una selección que equilibra con soltura lo popular y lo autoral, con títulos esperados como *Rivales* o *The Monkey*, apuestas de animación como *Kung Fu Panda 4* o nuevas joyas del cine español. Además, se suma una programación especial para celebrar Halloween y el Festival de Sitges, junto a una parrilla de películas nacionales por el Día del Cine Español y un canal romántico para los que no renuncian al amor. Así que si lo tuyo es ver buen cine sin moverte del sofá, este mes lo tienes todo.

Los Tortuga



Fecha de estreno: 2 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Drama

País: España, Chile

Año: 2024

Duración: 110 min

Dirección: Belén Funes

Reparto: Antonia Zegers, Elvira Lara, Estefanía de los Santos, Delfina Guzmán, Mamen Camacho, Bianca Bin

Música: Paloma Peñarrubia

En Los Tortuga, Delia y su hija Anabel se enfrentan de forma muy distinta al duelo por el padre. Entre los campos de olivos de Jaén y las calles de Barcelona, las dos mujeres se enfrentarán a la incertidumbre de su futuro haciendo equilibrios entre el amor y el dolor, la ternura y la dureza.

Sobre la película

Rodada entre Barcelona y Jaén, Los Tortuga es una película sobre el duelo, la pérdida y como enfrentarse a estos sentimientos en un mundo que se mueve demasiado deprisa.

La película está protagonizada por la gran actriz chilena Antonia Zegers, y la debutante Elvira Lara. El guion lo firman Marçal Cebrian y Belén Funes.

[Ver ficha completa](#)

Paddington: Aventura en la selva



Fecha de estreno: 3 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Comedia, Aventuras, Infantil

País: Reino Unido

Año: 2025

Dirección: Dougal Wilson

Reparto: Hugh Bonneville, Emily Mortimer, Julie Walters, Jim Broadbent, Imelda Staunton, Carla Tous, Madeleine Harris, Samuel Joslin, Olivia Colman, Antonio Banderas, Ben Whishaw (voz de Paddington)

Llena de la característica mezcla de ingenio, encanto y humor a carcajadas de Paddington, *Paddington: aventura en la selva* encuentra al querido oso amante de la mermelada perdido en la selva en una emocionante aventura de alto riesgo. Cuando Paddington descubre que su querida tía Lucy ha desaparecido del Hogar para Osos Jubilados, él y la familia Brown se dirigen a las selvas de Perú para buscarla, siendo la única pista de su paradero un punto marcado en un enigmático mapa. Decidido a resolver el misterio, Paddington se embarca en una emocionante búsqueda a través de las selvas tropicales del Amazonas para encontrar a su tía... y puede que también descubra uno de los tesoros más legendarios del mundo.

La tercera película de la saga *Paddington*, basada en los libros de Michael Bond, está dirigida por Dougal Wilson, escrita por Mark Burton, Jon Foster y James Lamont y producida por Rosie Alison, y cuenta con un reparto espectacular encabezado por Hugh Bonneville, Emily Mortimer, Julie Walters, Jim Broadbent, Imelda Staunton, Carla Tous, Madeleine Harris, Samuel Joslin, Olivia Colman, Antonio Banderas y Ben Whishaw, que regresa como la voz de Paddington.

[Ver ficha completa](#)

[La buena suerte](#)



Fecha de estreno: 6 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Drama

País: España

Año: 2025

Duración: 90 min

Dirección: Gracia Querejeta

Reparto: Hugo Silva, Megan Montaner, Miguel Rellán, Eva Ugarte, Ismael Martínez, Paqui Horcajo

Música: Vanessa Garde

Pablo decide bajarse del tren en la estación de un pueblo de mala muerte, comprarse un viejo y destartado piso frente a las vías y comenzar a vivir como si no fuera el reconocido arquitecto que en realidad es. Tal vez esté huyendo de alguien, o de algo, o incluso de sí mismo. En el pueblo, todo parece estancado, excepto Raluca, una mujer optimista abierta a las sorpresas que pueden cambiarte la vida. Ella decidió confiar en su suerte, aunque la vida no siempre le presente su mejor cara.

[Ver ficha completa](#)

El perfume de Irak

Animación poética para contar la historia real de un periodista francoiraquí y su familia. Guerra, exilio y memoria se entretajan en un relato que mezcla lo íntimo con lo histórico sin perder la emoción.

Fecha de estreno: 8 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Lee Miller



Fecha de estreno: 10 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Drama, Biografía, Bélica

País: Reino Unido, Estados Unidos, Australia

Año: 2023

Duración: 127 min

Dirección: Ellen Kuras

Reparto: Kate Winslet, Alexander Skarsgård, Marion Cotillard, Josh O'Connor, Andrea Riseborough, Andy Samberg, Noémie Merlant

Música: Alexandre Desplat

Lee Miller sigue, durante la Segunda Guerra Mundial, a la célebre y prestigiosa corresponsal de guerra Lee Miller (Kate Winslet), figura crucial del siglo XX, quien con su talento y tenacidad nos brindó algunas de las imágenes más indelebles del siglo XX. Tras abandonar una glamurosa carrera como modelo de portada en Vogue con artistas como Man Ray (artista surrealista francés que la lanzó al estrellato como modelo de alta costura) coge una cámara de fotos e inicia una peligrosa cruzada como corresponsal de guerra para las ediciones británica y estadounidense de VOGUE para relatar la lucha en el frente aliado, dar a conocer las atrocidades que la Alemania nazi de Hitler perpetró contra los judíos en los campos de concentración y dar a conocer los oscuros secretos del Tercer Reich. Suyas son algunas de las primeras imágenes de los campos de concentración poco tiempo después de que los nazis huyeran de ellos.

Sobre la película

Tras su premiere mundial en el Festival de Cine de Toronto, en julio de 2024, el Festival de Cine de Munich, acogió la premiere europea de Lee Miller y Kate Winslet recibió el Premio a toda una vida.

El equipo de producción obtuvo pleno acceso a The Lee Miller Archives y gozó de plena cooperación y la confianza absoluta de la familia de Miller.

Miller dio voz a los sin voz y mostró a la gente lo que realmente sucedió y que los medios trataban de encubrir y silenciar públicamente.

Según palabras de la propia Winslet «Miller se convirtió en la voz de la Segunda Guerra Mundial ... Documentaba la guerra para las mujeres a través de los ojos de las mujeres, para una revista femenina. Ella fue devastada por la guerra, y esto es sobre dos guerras. La que fotografió en el campo de batalla y la que tenía dentro.»

[Ver ficha completa](#)

Miss Carbón

Basada en hechos reales, esta película retrata a la primera mujer trans que logró entrar en una mina en la Patagonia. Un drama potente, protagonizado por Lux Pascal, que remueve prejuicios desde la verdad.

Fecha de estreno: 12 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Cuatro paredes



Fecha de estreno: 16 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Drama

País: España

Año: 2025

Dirección: Ibon Cormenzana

Reparto: Manuela Vellés, Sofía Otero, Roberto Álamo, Elena Irueta, Ramón Barea

Música: Aitor Etxebarria

Sofía es una niña de 10 años que, tras la repentina muerte de su padre, debe enfrentarse junto a su madre a una nueva vida en la que las dos deberán luchar por salir adelante. Para sobrellevar esta compleja situación, Sofía buscará su refugio en el teatro, una realidad paralela que le permitirá evadirse al mismo tiempo que le descubrirá su verdadera vocación.

Sobre la película

Cuatro paredes es un drama autoral rodado en doce planos secuencia, uno por cada mes del año, protagonizado por la joven Sofía Otero, ganadora del Oso de Plata a la mejor interpretación principal en la Berlinale por la película 20.000 especies de abejas, y Manuela Vellés (Caótica Ana, Camino, Alegría Tristeza, Culpa). Completan el reparto Roberto Álamo, Elena Irueta y Ramón Barea.

La segunda producción de Mundo Cero se centra en la relación entre una madre y su hija de diez años, en lucha por superar juntas una pérdida que nunca imaginaron mientras la fina línea que separa la estabilidad de la pobreza se desmorona bajo sus pies. «La narrativa de Cuatro paredes explora el duelo y la búsqueda de sentido en un proceso de recuperación emocional, subrayando el papel clave que pueden jugar la familia y la comunidad», explica su director.

[Ver ficha completa](#)

Rivales



Rivales | Imagen cedida por Warner

Zendaya se mete en un triángulo amoroso de alto voltaje dentro del circuito profesional del tenis. Dirige Luca Guadagnino y el combo visual, erótico y competitivo promete dar conversación.

Fecha de estreno: 17 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Juliette en primavera



Fecha de estreno: 18 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Comedia

País: Francia

Año: 2024

Duración: 95 min

Dirección: Blandine Lenoir

Reparto: Izia Higelin, Sophie Guillemain, Jean-Pierre Darroussin, Noémie Lvovsky, Salif Cissé, Éric Caravaca

Juliette, una joven ilustradora de libros para niños, deja la ciudad para reunirse con su familia por unos días: su padre, tan reservado que solo puede expresarse entre bromas; su madre, una pintora que vive la vida al máximo; su querida abuela, que está perdiendo la cabeza; y su hermana, una madre de familia abrumada por el día a día que la consume. En este alegre caos, recuerdos y secretos saldrán a la luz.

Juliette en primavera está basada en la novela gráfica de Camille Jourdy (creadora de Rosalie Blum). Hablamos de una comedia protagonizada por Izia Higelin, Jean-Pierre Darroussin, Sophie Guillemain y Noémie Lvovsky.

[Ver ficha completa](#)

Mr. Burton

Harry Lawtey interpreta al joven Richard Burton en este biopic que se adentra en sus orígenes humildes y su ascenso meteórico. Un recorrido emocional, teatral y muy british.

Fecha de estreno: 20 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

El frío en los huesos

Un thriller psicológico que se mueve entre lo rural, lo enfermizo y lo incómodo. Joely Richardson encarna a una mujer atrapada en una granja con dos criminales que no tienen nada que perder.

Fecha de estreno: 21 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Riddle of Fire

Tres críos, una consola y un pin parental son el punto de partida de esta fantasía infantil con alma indie. Un juego de aventuras que suena a Spielberg pero con estética más salvaje.

Fecha de estreno: 25 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

La acompañante



Fecha de estreno: 24 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Thriller, Ciencia ficción

País: Estados Unidos

Año: 2025

Duración: 97 min

Dirección: Drew Hancock

Reparto: Sophie Thatcher, Jack Quaid, Lukas Gage, Megan Suri, Harvey Guillén, Rupert Friend

Música: Hrishikesh Hirway

La acompañante es un thriller de ciencia ficción que marca el debut en la dirección de Drew Hancock. La película sigue a Iris y sus amigos, quienes desencadenan una serie de eventos tras la muerte de un multimillonario durante una escapada a su finca junto al lago. La trama trae a la palestra temas de inteligencia artificial y las complejidades de las relaciones humanas en un contexto tecnológico avanzado.

Producida por BoulderLight Pictures, New Line Cinema y Vertigo Entertainment, la película cuenta con un reparto que incluye a Sophie Thatcher, Jack Quaid y Lukas Gage. La banda sonora está compuesta por Hrishikesh Hirway, y la cinematografía es obra de Eli Born.

[Ver ficha completa](#)

New Life

Una mujer con una enfermedad degenerativa persigue a una fugitiva ligada a una serie de muertes inexplicables. Thriller con ciencia ficción que no se anda con rodeos.

Fecha de estreno: 28 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Kung Fu Panda 4



Po está de vuelta y se enfrenta a su pasado y a su futuro, mientras vuelve a repartir leña con mucho estilo. Animación con artes marciales, humor y nostalgia.

Fecha de estreno: 29 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

El hombre más afortunado de América

Un escándalo televisivo real de los 80 sirve de base para este drama judicial que pone el foco en la manipulación mediática. Paul Walter Hauser brilla.

Fecha de estreno: 30 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

The Monkey



Fecha de estreno: 31 de octubre de 2025 en Movistar plus+

Género: Terror

País: Estados Unidos

Año: 2025

Dirección: Osgood Perkins

Reparto: Theo James, Tatiana Maslany, Elijah Wood, Christian Convery, Colin O'Brien, Rohan Campbell, Sarah Levy

El Mono (The Monkey) adapta el inquietante cuento de Stephen King incluido en su colección Skeleton Crew. Tras encontrar un antiguo mono de juguete en el ático de su padre, los hermanos gemelos Hal y Bill se ven atrapados en una cadena de muertes horribles. A pesar de intentar deshacerse del objeto maldito y seguir caminos separados, los horrores vuelven a perseguirlos, obligándolos a enfrentarse a su oscuro pasado y a la maldición que acecha al juguete.

Escrita y dirigida por Osgood Perkins, la película cuenta con la producción de James Wan bajo su sello Atomic Monster Productions. Con un elenco liderado por Theo James, Tatiana Maslany y Elijah Wood, El Mono combina la narrativa macabra de King con un enfoque cinematográfico oscuro y estilizado.

Rodada en Vancouver, la película trata los temas de la maldición, la reconciliación y el miedo psicológico, llevando a la pantalla la esencia del terror de King.

[Ver ficha completa](#)

Grafted

Transformaciones corporales, obsesiones sociales y un body horror con humor negrísimo. Una especie de 'La mosca' feminista, pero más punk.

Fecha de estreno: 14 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Maldoror

Fabrice Du Welz se inspira en un caso real de pedofilia para construir un thriller policiaco sórdido, sucio y lleno de preguntas incómodas. No es para estómagos blandos.

Fecha de estreno: 13 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Series de Movistar Plus+ en octubre de 2025

A la hora de hablar de las series de estreno de Movistar Plus+ en octubre de 2025 encontramos propuestas que reflejan la diversidad de estilos y géneros que nutren el catálogo de la plataforma. Déjame contarte lo más destacado.

América Latina: en manos de EE.UU.

Un recorrido crítico por las intervenciones estadounidenses en América Latina a lo largo del último siglo.

Fecha de estreno: 8 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Pompeya: nuevas excavaciones (Temporada 2)

La segunda temporada regresa al yacimiento arqueológico más famoso del mundo para revelar nuevos y sorprendentes hallazgos.

Fecha de estreno: 9 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

El Centro

Thriller de espionaje con alma de drama coral que nos mete de lleno en el desconocido mundo del Centro Nacional de Inteligencia español. Cuando un asesinato destapa una operación rusa en marcha, el equipo del CNI entra en una carrera a contrarreloj no solo para frenar la amenaza, sino también para descubrir si hay un traidor entre ellos. Lo más interesante: la serie se mueve entre lo personal y lo institucional, con un reparto potente encabezado por Juan Diego Botto, Clara Segura, Tristán Ulloa, Nacho Sánchez y más.

Fecha de estreno: 9 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Outlander: sangre de mi sangre (T1, final)

Último episodio de la precuela que ahonda en las raíces de Claire y Jamie.

Fecha de estreno: 11 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Mentes brillantes (T2)

Zachary Quinto regresa como el neurólogo Oliver Wolf, ahora enfrentando nuevos casos y conflictos personales.

Fecha de estreno: 15 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Serena Williams

La serie documental definitiva sobre la leyenda del tenis, narrada por la propia Serena y con testimonios clave como Venus Williams y Federer.

Fecha de estreno: 15 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Human: la historia del ser humano

Producción de la BBC que recorre 300.000 años de historia de nuestra especie, revelando por qué el Homo sapiens fue el único en sobrevivir.

Fecha de estreno: 21 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Mix Tape

Teresa Palmer y Jim Sturgess protagonizan esta historia de amor narrada a través de canciones y dos líneas temporales.

Fecha de estreno: 25 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Doc (T2)

Amy se enfrenta a su pasado y a una nueva rival en el hospital: su antigua mentora, ahora convertida en su competencia directa.

Fecha de estreno: 29 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Billy el Niño (T3, final)

El forajido más famoso del oeste cabalga hacia su destino final en esta épica y emotiva temporada de cierre.

Fecha de estreno: 31 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Documentales de Movistar Plus+ en octubre de 2025

Y culminamos haciendo un repaso a los documentales de estreno en Movistar Plus+ durante octubre de 2025. Un apartado donde el rigor se mezcla con la emoción para ofrecernos historias necesarias, lúcidas y, sobre todo, humanas.

James Dean: un icono eterno

Documental que repasa la vida, el legado y la ruptura de estereotipos masculinos de uno de los iconos más inolvidables del siglo XX.

Fecha de estreno: 2 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Clasificado «S»: transgresión en la Transición

Narrado por Iggy Pop, este provocador documental nos lleva al corazón del cine más libre y descarado que surgió en España tras la dictadura.

Fecha de estreno: 4 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Finlandia, el país más feliz

Un acercamiento al modelo de vida de Finlandia para intentar entender por qué llevan años liderando el ranking mundial de felicidad.

Fecha de estreno: 5 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Los monstruos de Tim Burton

Documental dedicado al peculiar universo de Burton y sus criaturas "monstruosas" que, en realidad, son los verdaderos héroes.

Fecha de estreno: 10 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Traslados

Producción argentina que reconstruye los crímenes de los "vuelos de la muerte" durante la dictadura militar.

Fecha de estreno: 13 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

El poder de Rusia en la Casa Blanca

Un inquietante viaje al espionaje ruso en EE.UU., desde la Guerra Fría hasta las elecciones presidenciales de 2024.

Fecha de estreno: 16 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

¿Qué falló en el accidente de Air India?

Análisis de uno de los accidentes más trágicos del año y las posibles fallas en la industria de la aviación comercial.

Fecha de estreno: 15 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Doñana

Un retrato visual impresionante del mayor santuario ecológico de Europa, narrado por Odile Rodríguez de la Fuente.

Fecha de estreno: 19 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Érase una vez Michel Legrand

Documental que rinde homenaje a la figura del legendario compositor francés, autor de inolvidables bandas sonoras.

Fecha de estreno: 11 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

La leyenda de Alejandro Magno

Una mirada a la vida del líder militar más influyente de la historia antigua, contada desde la voz de Hefestión, su mejor amigo.

Fecha de estreno: 16 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

La importancia de la noche

Una poética reflexión sobre la contaminación lumínica, la biodiversidad y nuestro vínculo con la oscuridad.

Fecha de estreno: 28 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Björk: Cornucopia

Un concierto-ópera visual con fuerte mensaje ambiental que fusiona arte, tecnología y música.

Fecha de estreno: 25 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Twitter revelado

Cómo una red social con ideales utópicos acabó entre la controversia, la ambición y la manipulación.

Fecha de estreno: 27 de octubre de 2025 en Movistar Plus+.

Octubre se despide con una programación que consolida a Movistar Plus+ como uno de los espacios audiovisuales más estimulantes del momento. Las películas y documentales presentados este mes nos invitan a mirar el mundo con otros ojos, ya sea desde la introspección, la denuncia o la celebración.

En los estrenos de Movistar Plus+ en octubre de 2025 conviven autores consagrados con voces emergentes, lo íntimo con lo social, y lo local con lo universal. Un catálogo que demuestra que no hace falta elegir entre entretenimiento y profundidad cuando se apuesta por contenidos hechos con cabeza, corazón y una mirada propia.



Los actores Juan Diego Botto (i) y Tristán Ulloa (d), en la serie "El centro". EFE/Movistar Plus+

Las nuevas series de octubre: expresidentes, toreros, brujos, fantasmas y espías

30 septiembre 2025 | Javier Picazo Feliu |

Madrid (EFE).- Las series de octubre van de expresidentes, los cuatro de España en la docuserie 'La última llamada', del mundo del torero en tono cómico con 'La Suerte', el spin-off de 'It' en formato serie con 'It: Bienvenidos a Derry' o de la cuarta y esperada temporada de 'The Witcher'.

Pero también de novedades que esperan sorprender como 'Nails', 'Zoomers', 'El centro' o la vida de la spice girl más glamurosa, 'Victoria Beckham'.

Los estrenos destacados arrancan el 3 de octubre con la española 'Zoomers' (Amazon Prime), una comedia negra juvenil en formato miniserie de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la Universidad después de una tragedia personal: amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Mientras, 'Animal' (3 octubre, Netflix) llega con una comedia ambientada en Galicia, de los creadores de 'Entrevías', y protagonizada por un Luis Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda 'pija' para mascotas.



El expresidente del Gobierno José María Aznar en una imagen de la docuserie «La última llamada». EFE/Movistar Plus+

A partir del 6 de octubre, en SkyShowtime, podremos ver 'Nails', comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo, entre otras.

'La suerte' (Disney +, 8 octubre) será uno de los estrenos más esperados del mes. Con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae 'El Centro', nueva serie original Movistar Plus+ (9 octubre) con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez en un reparto de lujo para adentrarse en el corazón del CNI (Centro Nacional de Inteligencia de España).

La mirada del presidente

Mientras que ese mismo día Netflix estrena 'Victoria Beckham', biopic en formato serie de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

'La última llamada' (Movistar Plus+, 16 octubre) reunirá por primera vez en una serie documental a Felipe González, José María Aznar, José Luís Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy para ofrecer una mirada inédita sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.



El expresidente del Gobierno Felipe González en una imagen de la docuserie «La última llamada». EFE/Movistar Plus+

"It: Bienvenidos a Derry" (HBO Max, 26 octubre) llega en forma de precuela de las novelas del genio del terror Stephen King. El horrible payaso asesino Pennywise (interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard) regresa en formato serie en la que repite también el director de cine, Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson son sinónimo de calidad, por eso 'Down Cemetery Road' (Apple TV+, 29 octubre) parte como una garantía en un thriller repleto de incertidumbre, que se desata con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford, y la investigación revela una compleja conspiración.

Y para el final, llega la magia con la 4 temporada de 'The Witcher' (Netflix, 30 octubre), para seguir las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

Expresidentes, toreros, brujos y espías en las series de octubre

Luis Zahera, Juan Diego Botto, Emma Thompson o el terror de Stephen King son protagonistas

Javier Picazo Feliú

BILBAO – Las series de octubre van de expresidentes, del mundo del torero en tono cómico, del terror de *It*, de la cuarta temporada de *The Witcher* pero también de novedades que esperan sorprender.

Los estrenos arrancan el 3 de octubre con la española *Zoomers* (Prime Video), una comedia negra juvenil en formato miniserie que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la Universidad después de una tragedia personal: amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

El mismo día llegará a Netflix *Animal*, una comedia ambientada en Galicia, de los creadores de *Entreviás* y protagonizada por un Luis

Zahera en el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda 'pija' para mascotas.

A partir del 6 de octubre, en SkyShowtime, veremos *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Con Cristina Castaño y Gracia Olayo, entre otras.

La suerte (Disney +, 8 octubre) es uno de los estrenos más esperados del mes, con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del torero y las casualidades.

Acción, espionaje y asesinatos en *El Centro*, nueva serie original Movistar Plus+ (9 octubre) con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David

Lorente y Nacho Sánchez en un reparto de lujo que se adentra en el corazón del CNI.

POLÍTICA, TERROR Y MAGIA *La última llamada* (Movistar Plus+, 16 octubre) reunirá por primera vez en una serie documental a Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy en una mirada inédita sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

It: Bienvenidos a Derry (HBO Max, 26 octubre) llega en forma de precuela de las novelas del genio del terror Stephen King. El payaso asesino Pennywise (interpretado al

igual que las películas por Bill Skarsgård) regresa en formato serie en la que repite también el director de cine, Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson son sinónimo de calidad, por eso *Down Cemetery Road* (Apple TV+, 29 octubre) parte con garantía en un thriller repleto de incertidumbre, que se desata con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford, y la investigación revela una compleja conspiración.

Y para el final, llega la magia con la 4 temporada de *The Witcher* (Netflix, 30 octubre), para seguir las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill. ●



Emma Thompson y Ruth Wilson en una escena de la serie 'Down Cemetery Road'. Foto: Apple TV+



Expresidentes, toreros, brujos y espías en las series de octubre

Luis Zahera, Juan Diego Botto, Emma Thompson o el terror de Stephen King son protagonistas

✦ **Javier Picazo Feliú**

Las series de octubre van de expresidentes, del mundo del toreo en tono cómico, del terror de *It*, de la cuarta temporada de *The Witcher* pero también de novedades que esperan sorprender.

Los estrenos arrancan el 3 de octubre con la española *Zoomers* (Prime Video), una comedia negra juvenil en formato miniserie que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la Universidad después de una tragedia personal: amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

El mismo día llegará a Netflix *Animal*, una comedia ambientada en Galicia, de los creadores de *Entrevías* y protagonizada por un Luis

Zahera en el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda *pija* para mascotas.

A partir del 6 de octubre, en SkyShowtime, veremos *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Con Cristina Castaño y Gracia Olayo, entre otras.

La suerte (Disney +, 8 octubre) es uno de los estrenos más esperados del mes, con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades.

Acción, espionaje y asesinatos en *El Centro*, nueva serie original Movistar Plus+ (9 octubre) con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David

Lorente y Nacho Sánchez en un reparto de lujo que se adentra en el corazón del CNI.

POLÍTICA, TERROR Y MAGIA *La última llamada* (Movistar Plus+, 16 octubre) reunirá por primera vez en una serie documental a Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy en una mirada inédita sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

It: Bienvenidos a Derry (HBO Max, 26 octubre) llega en forma de precuela de las novelas del genio del terror Stephen King. El payaso asesino Pennywise (interpretado al

igual que las películas por Bill Skarsgård) regresa en formato serie en la que repite también el director de cine, Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson son sinónimo de calidad, por eso *Down Cemetery Road* (Apple TV+, 29 octubre) parte con garantía en un thriller repleto de incertidumbre, que se desata con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford, y la investigación revela una compleja conspiración.

Y para el final, llega la magia con la 4 temporada de *The Witcher* (Netflix, 30 octubre), para seguir las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill. ●



Emma Thompson y Ruth Wilson en una escena de la serie 'Down Cemetery Road'. Foto: Apple TV+

1 Octubre, 2025

Expresidentes, toreros, brujos y espías en las series de octubre

Luis Zahera, Juan Diego Botto, Emma Thompson o el terror de Stephen King son protagonistas

✦ **Javier Picazo Feliú**

Las series de octubre van de expresidentes, del mundo del torero en tono cómico, del terror de *It*, de la cuarta temporada de *The Witcher* pero también de novedades que esperan sorprender.

Los estrenos arrancan el 3 de octubre con la española *Zoomers* (Prime Video), una comedia negra juvenil en formato miniserie que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal: amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

El mismo día llegará a Netflix *Animal*, una comedia ambientada en Galicia, de los creadores de *Entrevías* y protagonizada por un Luis

Zahera en el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda *pija* para mascotas.

A partir del 6 de octubre, en SkyShowtime, veremos *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Con Cristina Castaño y Gracia Olayo, entre otras.

La suerte (Disney+, 8 octubre) es uno de los estrenos más esperados del mes, con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del torero y las casualidades.

Acción, espionaje y asesinatos en *El Centro*, nueva serie original Movistar Plus (9 octubre) con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David

Lorente y Nacho Sánchez en un reparto de lujo que se adentra en el corazón del CNI.

POLÍTICA, TERROR Y MAGIA *La última llamada* (Movistar Plus, 16 octubre) reunirá por primera vez en una serie documental a Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy en una mirada inédita sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

It: Bienvenidos a Derry (HBO Max, 26 octubre) llega en forma de precuela de las novelas del genio del terror Stephen King. El payaso asesino Pennywise (interpretado al

igual que las películas por Bill Skarsgård) regresa en formato serie en la que repite también el director de cine, Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson son sinónimo de calidad, por eso *Down Cemetery Road* (Apple TV+, 29 octubre) parte con garantía en un thriller repleto de incertidumbre, que se desata con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford, y la investigación revela una compleja conspiración.

Y para el final, llega la magia con la cuarta temporada de *The Witcher* (Netflix, 30 octubre), para seguir las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill. ●



Emma Thompson y Ruth Wilson en una escena de la serie 'Down Cemetery Road'. Foto: Apple TV+



Expresidentes, toreros, brujos y espías en las series de octubre

Luis Zahera, Juan Diego Botto, Emma Thompson o el terror de Stephen King son protagonistas

✦ **Javier Picazo Feliú**

PAMPLONA – Las series de octubre van de expresidentes, del mundo del toreo en tono cómico, del terror de *It*, de la cuarta temporada de *The Witcher* pero también de novedades que esperan sorprender.

Los estrenos arrancan el 3 de octubre con la española *Zoomers* (Prime Video), una comedia negra juvenil en formato miniserie que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la Universidad después de una tragedia personal: amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

El mismo día llegará a Netflix *Animal*, una comedia ambientada en

Galicia, de los creadores de *Entre vías* y protagonizada por un Luis Zahera en el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda 'pija' para mascotas.

A partir del 6 de octubre, en SkyShowtime, veremos *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Con Cristina Castaño y Gracia Olayo, entre otras.

La suerte (Disney +, 8 octubre) es uno de los estrenos más esperados del mes, con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades.

Acción, espionaje y asesinatos en *El Centro*, nueva serie original Movistar Plus+ (9 octubre) con Juan



Emma Thompson y Ruth Wilson en una escena de la serie 'Down Cemetery Road'. Foto: Apple TV+

Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David

Lorente y Nacho Sánchez en un reparto de lujo que se adentra en el corazón del CNI.

POLÍTICA, TERROR Y MAGIA La última llamada (Movistar Plus+, 16 octubre) reunirá por primera vez en una serie documental a Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy en una mirada inédita sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

It: Bienvenidos a Derry (HBO Max, 26 octubre) llega en forma de precuela de las novelas del genio del terror Stephen King. El payaso asesino Pennywise (interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard) regresa en formato serie en la que repite también el director de cine, Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson son sinónimo de calidad, por eso *Down Cemetery Road* (Apple TV+, 29 octubre) parte con garantía en un thriller repleto de incertidumbre, que se desata con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford, y la investigación revela una compleja conspiración.

Y para el final, llega la magia con la 4 temporada de *The Witcher* (Netflix, 30 octubre), para seguir las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill. ●



Comedia en Galicia de la mano de Luis Zahera para las series de octubre

El terror de la saga «IT» salta a la televisión y Victoria Beckham muestra su vida

B. P. L. REDACCIÓN / LA VOZ

Luis Zahera se pasa a la comedia con la serie *Animal*, uno de los títulos de octubre, un mes que, encarando Halloween, estrenará una propuesta de terror de la saga *It*, que da el salto a la televisión con *Bienvenido a Derry*. Dos años después de la docuserie *Beckham*, ahora llega el turno *Victoria*, la otra mitad del célebre matrimonio que une fútbol y moda.

«ZOOMERS»

3 de octubre, en Prime Video.

Javi es un joven de 18 años que, tras una tragedia personal, tiene una forma particular de observar el mundo. Forma parte de un diverso grupo de estudiantes que descubrirán cómo navegar por los retos que les plantea su llegada a la Universidad: nuevas amistades, situaciones incómodas, el amor o el sexo en un colegio mayor. Humor afilado para esta comedia negra juvenil.

«ANIMAL»

3 de octubre, en Netflix. Luis Zahera afronta su primer papel protagonista mano a mano con Lucía Caraballo en la comedia *Animal*, grabada y ambientada en Galicia. Los creadores de *Entrevías* firman ahora una serie de episodios breves en los que Zahera encarna a un veterinario rural afectado por la crisis ganadera, que se ve obligado a trabajar en una refinada tienda para mascotas y a tratar con sus dueños.

«LA SUERTE»

8 de octubre, en Disney+. Óscar Jaenada y Ricardo Gómez encabezan una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toro y las casualidades. Un joven taxista y opositor se ve envuelto en un enredo taurino por una cuestión de superstición.



Luis Zahera y Lucía Caraballo, en «Animal». JAIME OLMEDO NETFLIX

«EL CENTRO»

9 de octubre, en Movistar Plus+.

Acción, espionaje y asesinatos en una serie que se adentra en el Centro Nacional de Inteligencia de España (CNI). Juan Diego Botto, Elena Martín Gimenó, Israel Elejalde y Elisabet Casanovas, en los papeles principales.

«VICTORIA BECKHAM»

9 de octubre, en Netflix.

Biopic en formato serie de Victoria Beckham, ex Spice Girl y hoy una reputada diseñadora de moda. La serie muestra la preparación de uno de sus desfiles más importantes.

«THE LAST FRONTIER: CONSPIRACIÓN EN ALASKA»

10 de octubre, en Apple TV+.

La serie sigue a Frank Remnick (Jason Clarke), el único jefe de policía de EE.UU. a cargo de los páramos de Alaska. Su jurisdicción da un vuelco cuando un avión de transporte de presos se estrella en una zona remota y salvaje, y docenas de reclusos violentos quedan libres.

«LA ÚLTIMA LLAMADA»

16 de octubre, en Movistar Plus+.

Una mirada inédita sobre el ejercicio del poder en España, con la participación de los cuatro últimos expresidentes del Gobierno. Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy se reúnen por primera vez en estos cuatro episodios.

«MR. SCORSESE»

17 de octubre, en Apple TV+.

Cinco episodios dirigidos por Rebecca Miller componen esta serie documental que ahonda en la figura de Martin Scorsese y en su trayectoria, desde sus películas cuando era estudiante. Un retrato construido a través de su archivo personal. Cuenta con el testimonio de personalidades como Robert De Niro, Daniel Day-Lewis, Leonardo DiCaprio, Cate Blanchett, Mick Jagger, Jodie Foster y Steven Spielberg.

«RABO DE PEIXE»

17 de octubre, en Netflix.

Segunda temporada de la serie. En el pueblecito azorense de Rabo de

Peixe nunca pasa nada hasta que un día aparece en la orilla una tonelada de cocaína y transforma la vida de sus habitantes. El joven pescador Eduardo y sus amigos montan un negocio con el material que llega del Atlántico en una arriesgada aventura sin retorno.

«HARLAN COBEN'S LAZARUS»

22 de octubre, en Prime Video.

El nombre del autor Harlan Coben vuelve a asomar a la pantalla con un thriller en el que nadie es lo que parece ser a primera vista. Un psicólogo (Sam Claflin) regresa a su casa tras el suicidio de su padre (Bill Nighy) y comienza a tener experiencias sobrenaturales.

«PEQUEÑOS DESASTRES»

23 de octubre, en HBO Max.

Un retrato muy realista sobre la maternidad y el posparto, con sus juicios, sus miedos y sus secretos. Cuenta la historia de la amistad entre cuatro mujeres —Diane Kruger, Jo Joyner, Emily Taaffe y Shelley Conn—, que se conocen en una clase de preparación al parto. La historia se centra en Jess (Kruger), una ama de casa aparentemente perfecta cuyo mundo comienza a desmoronarse cuando lleva a su hija al hospital con una herida en la cabeza de origen inexplicable.

«IT: BIENVENIDOS A DERRY»

26 de octubre, en HBO Max.

Llega en forma de precuela de las novelas del genio del terror Stephen King. El horrible payaso asesino Pennywise (interpretado, al igual que en las películas, por Bill Skarsgard) regresa en formato serie para ampliar la visión establecida por el cineasta Andy Muschietti en las películas *IT* e *IT: Capítulo dos*.

1 Octubre, 2025

Diez series para no perderse en octubre

'Monstruo: la historia de Ed Gein', 'IT: Bienvenidos a Derry', 'Nadie quiere esto', 'El centro' y 'Animal' destacan en los estrenos

MARISA DE DIOS

El mes de octubre viene de lo más cargado en estrenos de series en las plataformas.

'MONSTRUO, LA HISTORIA DE ED GEIN' (DÍA 3, NETFLIX). Ryan Murphy e Ian Brennan siguen explorando la sangrienta crónica criminal de EEUU con la tercera entrega de la saga *Monstruo*, tras los casos de Jeffrey Dahmer y de los hermanos Lyle y Erik Menendez. En los helados campos del Wisconsin rural de los años 50, un hombre aparentemente amable y solitario llamado Eddie Gein vivía discretamente en una granja en ruinas, ocultando una macabra casa de los horrores. Charlie Hunnam, Tom Hollander, Laurie Metcalf y Suzanna Son lideran el reparto.

'ANIMAL' (DÍA 3, NETFLIX). Comedia producida por Aitor Gabilondo y Jota Aceytuno en la que el intérprete de *Entrevías* vuelve a su Galicia natal. Da vida a un veterinario rural gallego que se ve obligado a trabajar en una tienda de mascotas. Al frente de la franquicia está su sobrina Uxía (Lucía Caraballo), una joven con mucho ímpetu. Su nueva experiencia laboral le obligará a trabajar en equipo y lidiar con un nuevo tipo de clientes, algo a lo que no está demasiado acostumbrado.

'LA SUERTE, UNA SERIE DE CASUALIDADES' (DÍA 8, DISNEY+). Los directores Paco Plaza y Pablo Guerrero se pasan al género de la comedia con esta una *road movie* rodada en 16 mm sobre una singular amistad con el mundo del toreo como telón de fondo. Protagonizada por Óscar Jaenada y Ricardo Gómez, se ha filmado a lo largo de toda la geografía española, recorriendo 6.000 kilómetros de carretera.

'EL CENTRO' (DÍA 9, MOVISTAR PLUS+). Una inmersión en las entrañas del Centro Nacional de Inteligencia (CNI). Ambientada en la actualidad, pero con ecos de la Guerra Fría, es un *thriller* de espionaje compuesto de seis episodios que arranca con un asesinato. Esa muerte destaca una operación internacional de los servicios de



Juan Diego Botto en 'El centro'. | LOC

Inteligencia rusos y lleva a los miembros del CNI a una carrera contrarreloj para tratar de desmantelarla, al mismo tiempo que intentan descubrir a un traidor entre sus filas. Creada por David Moreno, está protagonizada, entre otros, por Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Elisabet Casanovas, Clara Segura y Tristán Ulloa.

'BOOKISH' (DÍA 21, FILMIN). Mark Gatiss, uno de los creadores de *Sherlock*, vuelve a sumergirse en el género del misterio en esta serie que protagoniza. Encarna a un excéntrico exespía militar reconvertido en detective que, en el Londres de 1946, regenta una librería mientras ayuda a la policía a resolver sus casos más complejos.

'ENTREPRENEURS' (DÍA 23, DISNEY+). Comedia de Rober Bodegas y Alberto Casado, los humoristas detrás de *Pantomima Full*, en la que retratan a un grupo de emprendedores que aspiran a cambiar el mundo y convertirse en poderosos CEOs, aunque no sean tan infalibles como ellos piensan. Para conseguirlo comparten una zona de *coworking*, donde la aplastante realidad del día a día les hará ver que el mundo del emprendimiento está lleno de humo. Les acompañan actores como Aura Garrido, Gonzalo de Castro, Victoria Martín, Luis Bermejo y Aníbal Gómez.

'NADIE QUIERE ESTO' (DÍA 23, NETFLIX, TEMPORADA 2). Comedia romántica sobre una pareja de Los Ángeles con casi nada en común, pero mucha química. La agnóstica presen-

tadora de pódcast (Kristen Bell) y su rabino (Adam Brody) vuelven dispuestos a construir un futuro en común e integrar a sus familias en él. Sus diferencias siguen presentes y no son precisamente fáciles de ignorar, a la vez que sus respectivos clanes tampoco van a poner demasiado de su parte.

'IT: BIENVENIDOS A DERRY' (DÍA 26, HBO). La precuela de la saga *IT* de Stephen King que amplía la visión establecida por el cineasta Andy Muschietti en las películas *IT* e *IT: Capítulo dos*, y que cuenta los orígenes de Pennywise. Combina drama y horror sobrenatural para mostrar cómo la comunidad se ve marcada por oscuros secretos y una presencia siniestra que acecha desde las sombras. Protagonizada por Jovan Adepo, Taylour Paige, Chris Chalk, James Remar, Stephen Rider, Madeleine Stowe, Rudy Mancuso y Bill Skarsgård.

'LARUTA, VOL 2: IBIZA' (DÍA 26, ATRESPLAYER). Secuela a la vez precuela de la premiada *La ruta*, ahora ambientada en Ibiza. Àlex Monner vuelve a retomar el papel de Marc Ribó, aquí convertido en DJ en los años 90. También interpreta a su padre en los años 70, cuando los *hippies* pululaban por la isla balear y no se había convertido en una de las grandes capitales del ocio nocturno. Al reparto se suman Marina Salas, Irene Escobar y Carla Díaz, con cameos de algunos de los actores principales de la primera entrega (Elisabet Casanovas, Claudia Salas y Ricardo Gómez).

'EL MISTERIO DE CEMETERY ROAD' (DÍA 29, APPLE TV+). Adaptación de la novela homónima de Mick Herron (*Slow Horses*), la primera de la serie literaria *Zoe Boehm*, producida y protagonizada por Emma Thompson y Ruth Wilson. Cuando una casa explota en un tranquilo barrio residencial de Oxford y una niña desaparece, su vecina se obsesiona con encontrarla y solicita la ayuda de una investigadora privada. Destaparán una compleja conspiración que revela que personas que durante mucho tiempo creyeron muertas todavía están vivas.

Movistar Plus+ se abona al amor con su nuevo canal disponible para todos los clientes

La televisión de pago más famosa de nuestro país adelanta San Valentín a sus telespectadores con un catálogo de contenidos llenos de "romances"



Movistar Plus+ se abona al amor con su nuevo canal disponible para todos los clientes Movistar Plus+

Javier Corpas Madrid Creada: 29.09.2025

El 8 de julio de 2015, Canal Plus dio un paso al lado en nuestro país para dar lugar a Movistar Plus+, que continuó con honores el legado de la cadena de pago francesa, que llegó a España a mediados de 1990. En el décimo aniversario de la plataforma, Movistar Plus+ nos sigue deleitando con grandes obras audiovisuales de todos los rincones del planeta, además de reinventarse, gracias a su nuevo servicio de streaming, que incluye películas, series, canales de televisión y lo mejor del deporte. En su catálogo de contenidos, concretamente en el Dial 18, el canal Cómic por M+ se sustituirá por las mejores historias de amor de la gran y pequeña pantalla con la llegada de Romances por M+, adelantándose a San Valentín, siendo esta una de las grandes novedades en el mes de octubre de la televisión de pago más célebre de nuestro país.

Contenido de Romance por M+

Este espacio temporal reúne una amplia programación de cine y series que abarca desde clásicos inolvidables hasta estrenos recientes, con el objetivo de ofrecer a los usuarios una experiencia completa en torno al género del amor. A través de este canal, y también en su servicio bajo demanda, el público tendrá acceso a una cuidada

selección de títulos que han marcado época. Entre ellos se encuentran películas emblemáticas como 'Ghost, más allá del amor', 'Desayuno con diamantes', 'Tienes un e-mail' o 'Gilda', producciones que han dejado huella en la memoria colectiva. Asimismo, el canal incorpora propuestas más contemporáneas como 'Fly Me to the Moon' o 'Bridget Jones: loca por él', que aportan un aire fresco al catálogo. El apartado de series también tiene un papel destacado, con éxitos internacionales como 'Outlander' y su precuela 'Outlander: sangre de mi sangre', que refuerzan la oferta con sagas llenas de pasión y aventuras. A todo ello se suman otras propuestas de gran interés como 'El secreto del orfebre', 'La chica danesa' y 'Come, reza, ama', consolidando una parrilla diversa y atractiva para los seguidores del género.