RESUMEN DE MEDIOS VIERNES, 10 DE OCTUBRE DE 2025

TEMAS DEL DÍA

BBC PLAYER

BBC Player llega en exclusiva a Movistar Plus+ el 15 de octubre con más de 700 horas de series, documentales y programas (DOSSIER)

UNIVERSO VALDANO: MBAPPÉ

Kylian Mbappé habla de su relación con Vinicius y opina sobre Lamine Yamal en Universo Valdano (DOSSIER)

ESPAÑA EN MIPCOM 2025 (VARIETY)

Flexible Flyers: How Spain's TV producers remain adaptable to global condition and tastes

DEPORTE Y TV

Mediaset ofrecerá en Cuatro y Mediaset Infinity encuentros de la NFL, incluido el NFL Madrid Game 2025 en el Bernabéu y la Super Bowl LX (2Playbook)

De Netflix a Apple: la batalla por el deporte en directo (Expansión)

El FC Barcelona se acerca a la UEFA y se aleja de la Superliga (EL PAÍS, La Vanguardia, Expansión)

UEFA confirma la negociación con A22, la promotora de la Superliga, y sigue rechazando cualquier acuerdo (El Español)

La razón oculta de la UEFA para dejar a LaLiga mudarse a Miami pese a "oponerse": Relevent, el socio común de Tebas y Ceferin (El Español)

DAZN pierde 960 millones en 2024 lastrada por la compra de derechos (Palco 23)

DAZN eleva a 1.587 millones de dólares la nueva financiación con Access y Arabia Saudí (2Playbook)

Noticia de afiliación: Nuevo plan DAZN desde 4,99 €: paga solo por los deportes que ves y accede a NBA, F1, Liga Endesa... ¡y más! (SPORT)

Las principales ligas de Europa intensifican sus estrategias para luchar contra la piratería en el fútbol, que sigue en ascenso (AS)

DAZN envía una carta a los piratas audiovisuales en Italia: "Pagad 500€ para resolver el caso y arrepentíos" (La Reppubblica)

Más Mundiales en invierno y un Mundial de Clubes todavía más amplio: las ideas de Infantino para el futuro del fútbol (El Español)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2024-2025: casi la mitad de la población acudió a una sala de cine en el último año (Audiovisual 451)

Jaime Ortiz de Artiñano: «En función de cómo sean las reglas del juego, cambiaremos de estrategia en Atresmedia Cine» (Audiovisual 451)

Mar Martínez de Atresmedia: "Apostamos por la convergencia lineal y OTT" (PRODU)

La integración de atresplayer en TV paga es clave en la expansión de Atresmedia en Latam (TTV News)

Atresmedia, referente internacional en el Mipcom (La Razón)

Mediapro y Atresmedia dan a conocer los títulos con los que acudirán al MIPCOM 2025 (Kinótico)

La ficción 'Yakarta' y el formato propio 'El camping', entre las novedades de The Mediapro Studio Distribution para MIPCOM 2025 (Audiovisual 451)

España acude a MIPCOM 2025 con más de 300 representantes (Audiovisual 451)

CrossMedia juega un papel clave en la consolidación de RTVE Play (Panorama Audiovisual)

España es muy competitiva pero los crecientes costos laborales amenazan esa ventaja, advierten desde Silleras (Cveintiuno)

Elena Neira: «Los algoritmos son males necesarios, pero condicionan nuestro gusto» (PARÉNTESIS MEDIA)

FICCIÓN ORIGINAL

EL CENTRO

Elena Martín Gimeno: «Siempre había querido hacer un papel de periodista y otro de política» (La Razón)

Hablamos con el equipo de 'El Centro': los entresijos de la nueva serie de Movistar Plus+ que se sumerge en el CNI (El Televisero)

Crítica de 'El Centro' (Movistar Plus+), una serie producida por Pablo Isla: espionaje y traición en las entrañas del CNI (David Saiz en El Economsita)

Lo que estoy viendo: "El Centro" (Natalia Marcos en EL PAÍS)

POQUITA FE

La serie que ha hecho sonreír a Carlos Boyero: "Que alguien te haga reír lo agradezco mucho" (AS)

'Poquita Fe': el poder de lo cotidiano en una de las series españolas más brillantes de la última década (Semana)

Raúl Cimas: "Mi madre a día de hoy todavía me insiste con que termine Bellas Artes" (20 Minutos)

NO FICCIÓN ORIGINAL

HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ

Un otoño afinado (FORBES)

Leiva publica un nuevo adelanto de 'Hasta que me quede sin voz' y anuncia la fecha de lanzamiento (Los 40, Europa FM, LaGuíaGo)

FLORES PARA ANTONIO

'Flores para Antonio' y 'Aro berria' completan el programa del Festival de Jóvenes Realizadores 2025 (Cine con Eñe)

CINE ORIGINAL

LOS DOMINGOS

'Los domingos', 'Sorda' y 'Calle Málaga', en la Sección Oficial del Festival de Cine Mediterráneo de Montpellier (Rubik Audiovisual)

SIRÂT

"Sirât" sigue sumando espectadores en los cines franceses (El Blog de Cine Español)

Oliver Laxe, entre los nominados a los Premios ACCIÓN 2025 (Cine con Eñe)

CINCO MINUTOS MÁS

Ya está en marcha el rodaje de "Cinco minutos más", la película original Movistar Plus+ escrita por Berto Romero y dirigida por Javier Ruiz Caldera (VARIOS)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

Netflix lleva por primera vez los videojuegos al televisor (Bloomberg)

Netflix quiere que juegues a videojuegos en la televisión, entre maratones de "Stranger Things" (Cinco Días)

Eleonora Andreatta, vicepresidenta de contenido de Netflix Italia, habla sobre la primera década de la plataforma en el país (Variety)

Los aranceles de Trump a las películas extranjeras generan críticas en el MIA Market de Roma: «No hay mejor lugar» para hacer películas que Europa (Variety)

Netflix forja una alianza con el Centro Nacional de Cine de Italia para reabrir el cine Cinema Europa de Roma (Variety)

Los líderes de las series europeas piden trabajar más para conseguir la paridad de género en el MIA de Roma (Cineuropa)

Sora ya está aquí y a Hollywood le duele (Deadline)

Un estudio de la MPA muestra el potencial de la industria audiovisual brasileña: ¿puede Brasil ser la "próxima Corea del Sur"? (Variety)

David Del Rio, protagonista de 'Matlock', despedido tras una acusación de agresión sexual (Variety)

Los vieojuegos no son sólo cosa de chicos jóvenes: las mujeres representan el 52% de los jugadores estadounidenses y el 22% de los jugadores tiene más de 65 años (Variety)

KPop Demon Hunters arrasa en todo el mundo, pero ¿está decayendo la popularidad del K-pop en su país de origen? (Financial Times)

MOVISTAR PLUS+

Silvia Domínguez, excapitana del Perfumerías Avenida, 'vuelve' a la Euroliga en el equipo de Movistar Plus+ (Salamanca al día)

Silvia Domínguez, de la canasta al micrófono de Movistar Plus+ (Tribuna de Salamanca)

'Los amos de la ciudad', crimen (des)organizado (Borja Crespo en GRUPO VOCENTO)

Movistar Plus+ lanza dos nuevos canales: mira qué podrás ver desde hoy (La Razón)

europa press

BBC Player llega en exclusiva a Movistar Plus+ el 15 de octubre con más de 700 horas de contenidos



BBC Player llega en exclusiva a Movistar Plus+ el 15 de octubre con más de 700 horas de contenidos MOVISTAR PLUS+ / Europa Press

Europa Press 09/10/2025

BBC Player llegará en exclusiva a Movistar Plus+ el 15 de octubre, con más de 700 horas de contenidos seleccionados del catálogo de BBC Studios.

Según ha informado Movistar Plus+, BBC Player está diseñado específicamente para el público español y disponible en este idioma. Contará con series, documentales de naturaleza, programas de estilo de vida y otros contenidos de entretenimiento.

Entre los títulos disponibles desde su lanzamiento se incluyen los documentales de Louis Theroux, como 'Historias de Los Ángeles', 'Vida al límite' o 'Louis Theroux Entrevista'; producciones de historia natural como 'David Attenborough y el dinosaurio gigante', donde Sir David Attenborough viaja a Argentina para el descubrimiento del dinosaurio más grande conocido, o 'Diario de los grandes felinos', que sigue la vida de los tigres y leones africanos en Kenia.

También estará disponible 'Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo', que muestra lo que sucede en la trastienda de los alojamientos más extraordinarios del mundo. La oferta se completa con concursos como 'El rival más débil' o 'Ultimate Wedding Planner'.

En ficción destaca el drama criminal 'Padre Brown' y las temporadas completas de la franquicia Paraíso ('Crimen en el paraíso', 'Crimen más allá del paraíso' y 'Regreso al paraíso'), cuyos nuevos episodios se estrenarán en primicia en BBC Player.

Por otro lado, BBC Lifestyle y BBC Earth se suman a los canales de BBC Studios ya disponibles en la plataforma: BBC Series (dial 32), Top Gear (dial 34), BBC History (dial 84) y BBC Food (dial 92) lanzados en enero de este año.

El director de Alianzas de Movistar Plus+, Ismael Calleja, ha señalado que la integración de BBC Player en su oferta de televisión convergente es "un paso muy importante en la consolidación de Movistar Plus+ como la mejor plataforma de entretenimiento disponible en el mercado español".

"Queremos que Movistar Plus+ sea la gran casa del entretenimiento, el lugar desde el que puedes acceder a todo el contenido de las grandes plataformas audiovisuales. La llegada de BBC Player cumple con ese objetivo y nos convierte en el hogar de BBC Studios en España. Además de ser el socio prioritario en la adquisición, en exclusiva, de su contenido y distribuir sus canales, ahora fortalecemos nuestra alianza siendo pioneros en la distribución de BBC Player en España. Estamos encantados de darle la bienvenida a nuestra familia de contenidos", ha dicho Calleja.

El director comercial y vicepresidente ejecutivo para Europa, Oriente Medio y África de BBC Studios, Arran Tindall, ha afirmado que "el público español ha demostrado mucho interés por acceder a la mejor programación británica de calidad", y el lanzamiento de BBC Player, BBC Lifestyle y BBC Earth en Movistar Plus+ "permite responder a una demanda creciente".

"Desde los contenidos inspiradores de BBC Lifestyle hasta la diversidad de programas disponibles en BBC Player, estamos orgullosos de ofrecer una programación variada y de calidad a nuevas audiencias. Este lanzamiento marca un hito clave en nuestra estrategia digital, ofreciendo a los espectadores españoles más opciones y flexibilidad para disfrutar de lo mejor de BBC Studios", ha añadido Tindall.

Además, Movistar Plus+ se responsabilizará de la comercialización publicitaria de los canales de BBC Studios en la plataforma y de la publicidad bajo demanda que se integre en BBC Player.

CulturaOcio

BBC Player llega a Movistar Plus+: un nuevo canal con lo mejor de la cadena británica



Llega a Movistar Plus+ BBC Player, nuevo canal que incluye lo mejor de la cadena británica

MADRID, 9 Oct. (CulturaOcio) -

A partir del próximo miércoles 15 de octubre Movistar Plus+ contará con un nuevo canal, BBC Player. Se trata de un espacio que cuenta con más de 700 horas de contenidos del extenso catálogo de BBC Studios. De esta forma, la plataforma ofrecerá a sus abonados nuevos títulos de lo más variados, que incluyen desde documentales de naturaleza hasta programas de estilo de vida.

Entre los títulos que estarán disponibles a través de BBC Player se encuentran los documentales Louis Theroux, producciones de historia natural como David Attenborough y el dinosaurio gigante, donde el divulgador viaja a Argentina para hablar sobre el descubrimiento del dinosaurio más grande que se haya conocido.

La oferta se completa con otros programas de entretenimiento como Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo, El rival más débil o Ultimate Wedding Planner. Por último, en ficción destaca el drama criminal Padre Brown y las temporadas completas de la popular franquicia Paraíso (Crimen en el paraíso, Crimen más allá del paraíso y Regreso al paraíso).

Junto al lanzamiento de BBC Player, la plataforma de streaming aprovechará para incorporar dos nuevos canales de la cadena pública británica. Por una parte BBC Lifestyle (dial 93) ofrecerá una colección de programas de hogar, decoración, viajes y estilos de vida entre los que se encuentran títulos como DIY SOS, Casas señoriales, Las desventuras de Romesh Ranganathany o Steve Backshall's Extreme Mountain Challenge.

Además también debutará en España BBC Earth (dial 86), el canal que ofrece la mejor programación de documentales doblada al castellano de la BBC. Los espectadores podrán disfrutar desde impactantes producciones de historia natural hasta increíbles e inspiradores programas de ciencia e investigación. Entre los títulos que más destacan se incluyen 60 encuentros letales, Expedición Tigre o Polar Bear: Spy on the Ice.

UNA ALIANZA DE DIEZ AÑOS

La incorporación de estos tres nuevos canales refuerza la alianza entre la BBC y Movistar Plus+, que comenzó hace diez años. "Queremos que Movistar Plus+ sea la gran casa del entretenimiento, el lugar desde el que puedes acceder a todo el contenido de las grandes plataformas audiovisuales. La llegada de BBC Player cumple con ese objetivo y nos convierte en el hogar de BBC Studios en España", explica Ismael Calleja, director de Alianzas de Movistar Plus+.

Por su parte Arran Tindall, director comercial y vicepresidente ejecutivo para Europa, Oriente Medio y África de BBC Studios, destaca el gran interés de la población española por acceder a la mejor programación británica.

"Desde los contenidos inspiradores de BBC Lifestyle hasta la diversidad de programas disponibles en BBC Player, estamos orgullosos de ofrecer una programación variada y de calidad a nuevas audiencias. Este lanzamiento marca un hito clave en nuestra estrategia digital, ofreciendo a los espectadores españoles más opciones y flexibilidad para disfrutar de lo mejor de BBC Studios", añade Tindall.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

BBC Player se suma a la oferta de Movistar Plus+, que añade otros dos canales de la TV británica

Por Redacción AV451 -9 octubre, 2025

BBC Player desembarca en el mercado español a través de Movistar Plus+. Como parte del acuerdo que mantienen ambas compañías, más de 700 horas de la televisión pública británica estarán disponibles en exclusiva en la oferta convergente de Movistar Plus+.

A partir del 15 de octubre los abonados al servicio de pago de Telefónica accederán a producciones de diferentes géneros, como los documentales de Louis Theroux y de Sir David Attenborough, las series de ficción 'Crimen en el paraíso', 'Crimen más allá del paraíso' y 'Regreso al paraíso', o 'Padre Brown', y concursos como 'El rival más débil' o 'Ultimate Wedding Planner', entre otros.



'Big Cat Diary'.

La alianza entre Movistar Plus+ y BBC Studios, que cumple ahora diez años, incluye el lanzamiento del canal BBC Lifestyle, con una colección de programas de hogar, decoración, viajes y estilos de vida, y de BBC Earth,

con más de 120 horas de documentales doblados al español. Ambas señales se suman a BBC Series, Top Gear, BBC History y BBC Food, disponibles desde el pasado mes de enero.

Además, Movistar Plus+ se responsabilizará de la comercialización publicitaria de los canales de BBC Studios en la plataforma y de la publicidad bajo demanda que se integre en BBC Player.

Para Ismael Calleja, director de Alianzas de Movistar Plus+, «la integración de BBC Player en nuestra oferta de televisión convergente es un paso muy importante en la consolidación de Movistar Plus+ como la mejor plataforma de entretenimiento disponible en el mercado español. Queremos que Movistar Plus+ sea la gran casa del entretenimiento, el lugar desde el que puedes acceder a todo el contenido de las grandes plataformas audiovisuales. La llegada de BBC Player cumple con ese objetivo y nos convierte en el hogar de BBC Studios en España. Además de ser el socio prioritario en la adquisición, en exclusiva, de su contenido y distribuir sus canales, ahora fortalecemos nuestra alianza siendo pioneros en la distribución de BBC Player en España. Estamos encantados de darle la bienvenida a nuestra familia de contenidos.»

En palabras de Arran Tindall, director comercial y vicepresidente ejecutivo para Europa, Oriente Medio y África de BBC Studios, «el público español ha demostrado mucho interés por acceder a la mejor programación británica de calidad, y el lanzamiento de BBC Player, BBC Lifestyle y BBC Earth en Movistar Plus+ nos permite responder a una demanda creciente. Desde los contenidos inspiradores de BBC Lifestyle hasta la diversidad de programas disponibles en BBC Player, estamos orgullosos de ofrecer una programación variada y de calidad a nuevas audiencias. Este lanzamiento marca un hito clave en nuestra estrategia digital, ofreciendo a los espectadores españoles más opciones y flexibilidad para disfrutar de lo mejor de BBC Studios.»

RUBiK
AUDIOVISUAL

NOTICIAS · TV Y PLATAFORMAS

BBC Player desembarca en Movistar Plus+ con más de 700 horas de contenidos de BBC Studios

octubre 9, 2025 · por Admin

El nuevo servicio estará disponible a partir del 15 de octubre para los clientes de la oferta de televisión convergente de Movistar Plus+, que también incorporará los canales BBC Lifestyle y BBC Earth.



A partir del 15 de octubre, Movistar Plus+ ampliará su catálogo con la llegada de BBC Player, un nuevo servicio bajo demanda que ofrecerá más de 700 horas de contenidos seleccionados de BBC Studios, incluyendo series, documentales y programas de entretenimiento.

El lanzamiento forma parte de la estrategia conjunta entre ambas compañías para fortalecer su colaboración en España.

Diseñado para el público español y completamente disponible en castellano, BBC Player incluirá producciones como los documentales de Louis Theroux (Historias de Los Ángeles, Vida al límite, Louis Theroux Entrevista), así como títulos de historia natural como David Attenborough y el dinosaurio gigante o Diario de los grandes felinos.

También estarán disponibles programas de entretenimiento como Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo, El rival más débil o Ultimate Wedding Planner, y ficciones como Padre Brown y la franquicia Paraíso (Crimen en el paraíso, Crimen más allá del paraíso y Regreso al paraíso).



Louis Theroux Entrevista // Imagen cortesía de Movistar Plus+

Los nuevos canales de la BBC incluidos en la oferta de Movistar Plus+

Coincidiendo con este lanzamiento, la plataforma sumará a su oferta dos nuevos canales: BBC Lifestyle (dial 93) y BBC Earth (dial 86). El primero ofrecerá programación dedicada al hogar, la decoración, los viajes y los estilos de vida, con títulos como DIY SOS, Casas señoriales o Las desventuras de Romesh Ranganathan.

Por su parte, BBC Earth emitirá más de 120 horas de documentales doblados al español, centrados en historia natural, ciencia e investigación, con producciones como *Expedición Tigre* o *Polar Bear: Spy on the Ice*.

Ambos canales se unirán a los ya presentes BBC Series, Top Gear, BBC History y BBC Food, disponibles en la plataforma desde enero. La alianza entre BBC Studios y Movistar Plus+, iniciada hace una década, se amplía así con la incorporación de BBC Player, que llegará por primera vez a España.



Polar Bear: Spy on the Ice // Imagen cortesía de Movistar Plus+

Ismael Calleja, director de Alianzas de Movistar Plus+, ha destacado que esta integración "consolida a la plataforma como el principal referente del entretenimiento audiovisual en España".

Por su parte, Arran Tindall, vicepresidente ejecutivo de BBC Studios para Europa, Oriente Medio y África, ha subrayado que el lanzamiento "responde al creciente interés del público español por acceder a la mejor programación británica de calidad".

Además, Movistar Plus+ asumirá la comercialización publicitaria de los canales de BBC Studios en su plataforma y de la publicidad integrada en BBC Player.

TV Digital

BBC Player y dos nuevos canales llegan a Movistar Plus+

9 de octubre de 2025



El 15 de octubre, BBC Player llega en exclusiva a Movistar Plus+ con más de 700 horas de contenidos cuidadosamente seleccionados del catálogo de BBC Studios, hogar de algunas de las historias más impactantes, entretenidas e inspiradoras del mundo.

Se trata de un nuevo paso en la **alianza entre Movistar Plus+ y BBC Studios para ofrecer la mejor oferta de entretenimiento a los clientes de la plataforma**. Diseñado específicamente para el público español y disponible en nuestro idioma, BBC Player contará con grandes series, documentales de naturaleza, programas de estilo de vida y otros contenidos de entretenimiento.

Entre los títulos disponibles desde su lanzamiento se incluyen los documentales de Louis Theroux, como ***Historias de Los Ángeles***, ***Vida al límite*** o ***Louis Theroux Entrevista***; producciones de historia natural como ***David Attenborough y el dinosaurio gigante***, donde Sir David Attenborough viaja a Argentina para el descubrimiento del dinosaurio más grande conocido, o *Diario de los grandes felinos*, que sigue la vida de los tigres y leones africanos en Kenia.

También estará disponible ***Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo***, que muestra lo que sucede en la trastienda de los alojamientos más extraordinarios del mundo. La oferta se completa con icónicos concursos como ***El rival más débil*** o ***Ultimate Wedding Planner***. En ficción destaca el drama criminal ***Padre Brown*** y las temporadas completas de la popular franquicia Paraíso (***Crimen en el paraíso***, ***Crimen más allá del paraíso*** y ***Regreso al paraíso***), cuyos nuevos episodios se estrenarán en primicia en BBC Player.

Nuevos canales: BBC Lifestyle y BBC Earth

Coincidiendo con este lanzamiento, **BBC Lifestyle (dial 93) hace su debut en España a través de Movistar Plus+**. Diseñado para entretener, inspirar y motivar, el canal ofrecerá a los espectadores una colección de programas de hogar, decoración, viajes y estilos de vida: desde la inspiración de ***DIY SOS*** y ***Casas señoriales*** hasta grandes títulos de aventuras como ***Las desventuras de Romesh Ranganathany*** o ***Steve Backshall's Extreme Mountain Challenge***.

BBC Earth (dial 86) también se incorpora a la oferta de Movistar Plus+. Con más de 120 horas de contenidos completamente doblados al español, el canal presentará la mejor programación de documentales de BBC Studios, desde impactantes producciones de historia natural hasta increíbles e inspiradores programas de ciencia e investigación.

Entre los títulos destacados se incluyen ***60 encuentros letales***, ***Expedición Tigre*** o ***Polar Bear: Spy on the Ice***. BBC Lifestyle y BBC Earth se suman a los canales de BBC Studios ya disponibles en la plataforma: BBC Series (dial 32), Top Gear (dial 34), BBC History (dial 84) y BBC Food (dial 92) lanzados en enero de este año.

Alianza reforzada

La alianza de BBC Studios y Movistar Plus+ comenzó hace diez años. Desde entonces, Movistar Plus+ ha estrenado en exclusiva sus títulos más impactantes, entretenidos o inspiradores: desde los grandes documentales de naturaleza y ciencia bajo el sello BBC Earth como ***Planeta Tierra III*** o ***Mamíferos***, hasta reconocidas series como ***Time*** (T2) o ***Blue Lights***.

Ismael Calleja, director de Alianzas de Movistar Plus+: «*La integración de BBC Player en nuestra oferta de televisión convergente es un paso muy importante en la consolidación de Movistar Plus+ como la mejor plataforma de entretenimiento disponible en el mercado español. Queremos que Movistar Plus+ sea la gran casa del entretenimiento, el lugar desde el que puedes acceder a todo el contenido de las grandes plataformas audiovisuales. La llegada de BBC Player cumple con ese objetivo y nos convierte en el hogar de BBC Studios en España.*

Además de ser el socio prioritario en la adquisición, en exclusiva, de su contenido y distribuir sus canales, ahora fortalecemos nuestra alianza siendo pioneros en la distribución de BBC Player en España. Estamos encantados de darle la bienvenida a nuestra familia de contenidos».

Arran Tindall, director comercial y vicepresidente ejecutivo para Europa, Oriente Medio y África de BBC Studios: «*El público español ha demostrado mucho interés por acceder a la mejor programación británica de calidad, y el lanzamiento de BBC Player, BBC Lifestyle y BBC Earth en Movistar Plus+ nos permite responder a una demanda creciente. Desde los contenidos inspiradores de BBC Lifestyle hasta la diversidad de programas disponibles en BBC Player, estamos orgullosos de ofrecer una programación variada y de calidad a nuevas audiencias. Este lanzamiento marca un hito clave en nuestra estrategia digital, ofreciendo a los espectadores españoles más opciones y flexibilidad para disfrutar de lo mejor de BBC Studios*«.

Además, Movistar Plus+ se responsabilizará de la comercialización publicitaria de los canales de BBC Studios en la plataforma y de la publicidad bajo demanda que se integre en BBC Player.

Con la incorporación de estos dos nuevos canales y el lanzamiento de BBC Player en primicia en España, Movistar Plus+ refuerza su oferta de contenido de entretenimiento con programas, documentales y series de gran calidad.

Sobre Movistar Plus+

Movistar Plus+ es la principal oferta de entretenimiento audiovisual de España. Perteneciente al Grupo Telefónica y disponible para todos sus clientes, su propuesta incluye producciones originales, deportes premium, películas, series, documentales y otros programas, además de un completo servicio bajo demanda que permite disfrutar de la televisión dónde, cómo y cuando quieran los usuarios.

Para reforzar su liderazgo y consolidarse como el servicio integrador con la mejor experiencia de entretenimiento del mercado, Movistar Plus+ ha forjado alianzas estratégicas con los principales operadores del sector, ofreciendo una experiencia personalizada y una amplia oferta de contenidos originales y exclusivos que refuerzan su diferenciación frente a la competencia.

Sobre BBC Studios

BBC Studios es la principal división comercial de BBC Commercial Ltd., una empresa que el año pasado generó 1.800 millones de libras en ingresos y más de 200 millones en beneficios por tercer año consecutivo. La compañía opera en dos áreas principales: Content Studio, que produce, invierte y distribuye contenidos de TV y audio a nivel global; y Media & Streaming, que gestiona canales y servicios con la marca BBC, incluyendo UKTV, bbc.com y BritBox International. Además, opera joint ventures en Reino Unido y en otros mercados internacionales.

El año pasado, BBC Studios produjo más de 2.800 horas de programas británicos para una amplia variedad de cadenas y plataformas en Reino Unido y en el resto del mundo. Su contenido es reconocido internacionalmente y abarca géneros muy variados, incluyendo programas y marcas muy populares, como Strictly Come Dancing/Dancing with the Stars, la saga Planet, Bluey y Doctor Who.

Recuerda que en nuestra nueva sección de **Retransmisiones Deportivas** puedes consultar, de forma actualizada, todos los horarios y canales en los que se emiten decenas de competiciones. Desde el mejor **Fútbol nacional e internacional**, pasando por una amplia variedad de **disciplinas polideportivas**, hasta las grandes citas del **Motor**. Una herramienta imprescindible para no perderte ningún partido, carrera o evento deportivo.

BBC Player por fin se estrena en exclusiva en Movistar Plus y llegan otros dos nuevos canales



Iván Dávila Publicado el 09 de octubre, 2025

El universo BBC llega por todo lo alto a Movistar Plus+. La operadora de telefonía es una de las líderes del mercado televisivo del momento y, a partir del 15 de octubre, sumará a su oferta BBC Player.

Se trata del nuevo servicio bajo demanda de BBC Studios, que reúne más de 700 horas de series, documentales y programas producidos por una de las cadenas con más prestigio a nivel mundial.

Y lo mejor es que no solo eso aterrizará en la plataforma, sino que lo hará de la mano de dos nuevos canales: BBC Lifestyle y BBC Earth, ampliando así la alianza entre Movistar Plus+ y la compañía británica y reforzando la parrilla.

BBC aterriza en Movistar Plus+

La idea de BBC Player es hacer que España sea su nuevo destino predilecto para el mejor contenido británico. El servicio estará disponible para los clientes de la oferta de televisión convergente de Movistar Plus+, y ofrecerá una selección exclusiva de producciones dobladas al español y pensadas para el público local.

Entre ellas, destacan emblemáticos documentales de Louis Theroux, como Historias de Los Ángeles o Vida al límite, junto con producciones firmadas por el legendario David Attenborough, como David Attenborough y el dinosaurio gigante. Si te interesa la cultura divulgativa y el entretenimiento, sin dejar de lado la información, BBC Player es para ti.



La plataforma de Movistar Plus+ será el hogar exclusivo de BBC Player en España. Fuente: Grupo ADSLZone

El catálogo también incluirá series y programas icónicos de la televisión inglesa, como el drama de misterio Padre Brown, la franquicia Paraíso, con Crimen en el paraíso, Crimen más allá del paraíso y Regreso al paraíso, con nuevos episodios que llegarán en primicia a BBC Player. El entretenimiento también tiene su hueco, con El rival más débil, Ultimate Wedding Planner o el popular programa Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo, con algunos de los alojamientos más lujosos del mundo.

Dos nuevos canales de la BBC

Este catálogo llega acompañado de dos nuevos canales. Por un lado tenemos BBC Lifestyle en el dial 93, con contenidos enfocados al hogar, a la decoración, a la cocina y a los viajes, con DIY SOS, Casas señoriales o Las desventuras de Romesh Ranganathan. Por otro lado, BBC Earth en el dial 86, con más de 120 horas de impactantes documentales doblados al español con la naturaleza y la ciencia como protagonistas. Entre ellos, no puedes perderte Expedición Tigre, Polar Bear: Spy on the Ice o 60 encuentros letales.



Imagen promocional del documental ‘Expedición Tigre’, una de las producciones destacadas de BBC Earth. Foto: BBC Studios

¿Qué otros canales estaban ya disponibles?

Además de estos dos nuevos canales, desde principio de año la plataforma cuenta con BBC Series, Top Gear, BBC History y BBC Food, completando una oferta británica que cubre ficción, humor, divulgación científica y los mejores documentales sobre naturaleza.

Movistar Plus+ y BBC Studios llevan colaborando más de una década, con títulos tan reconocidos como Planeta Tierra III, Mamíferos, Time o Blue Lights. Sin embargo, es ahora, con la llegada de BBC Player, cuando realmente se va a dar un paso de nivel con el que llegan horas infinitas de contenido a Movistar.

Ismael Calleja, director de Alianzas de Movistar Plus+, ha reconocido que la llegada de BBC Player refuerza la posición de la compañía como la mejor plataforma de entretenimiento disponible en España: “Queremos que Movistar Plus+ sea el lugar desde el que acceder a todo el contenido de las grandes productoras internacionales. La llegada de BBC Player cumple con ese objetivo y nos convierte en el hogar de BBC Studios en España”.

Movistar Plus+ estrena dos nuevos canales de TV y trae BBC Player a España: más de 700 horas de series, documentales y programas gratis para todos



Movistar Plus+ incorpora BBC Earth y BBC LifeStyle, dos nuevos canales a los que suma la llegada de BBC Player

Hace 41 minutos Jose Antonio Carmona

Movistar Plus+ continúa sorprendiendo a sus clientes. Si hace apenas unos días anunciaba la llegada de un nuevo canal y varias acciones especiales para el mes de octubre, ahora la plataforma española vuelve a ampliar su oferta televisiva con más de 700 horas adicionales de programación, gracias a la incorporación de un nuevo canal.

En esta ocasión, Movistar Plus+ refuerza su propuesta televisiva con la llegada de BBC Player, lo que permitirá a sus suscriptores acceder a una amplia selección del prestigioso catálogo de BBC Studios. A continuación, te contamos todos los detalles sobre esta interesante novedad.

Contenido desde el Reino Unido



Movistar Plus+ y BBC Studios prosiguen con su alianza para la incorporación de nuevo contenido, que además está diseñado específicamente para el público español. Llega en castellano y será el lugar en el que ver más de 700 horas de programación con series, programas, documentales y películas.

Entre los títulos disponibles desde su lanzamiento se incluyen los documentales de Louis Theroux, como 'Historias de Los Ángeles', 'Vida al límite' o 'Louis Theroux Entrevista'; producciones de historia natural como 'David Attenborough y el dinosaurio gigante' o 'Diario de los grandes felinos', que sigue la vida de los tigres y leones africanos en Kenia. También estará disponible 'Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo', que muestra lo que sucede en la trastienda de los alojamientos más extraordinarios del mundo o icónicos concursos como 'El rival más débil' o 'Ultimate Wedding Planner'.

En ficción destaca el drama criminal 'Padre Brown' y las temporadas completas de la popular franquicia Paraíso ('Crimen en el paraíso', 'Crimen más allá del paraíso' y 'Regreso al paraíso'), cuyos nuevos episodios se estrenarán en primicia en BBC Player.

Dos nuevos canales



Además y de forma paralela, BBC Lifestyle (se puede encontrar en dial 93) llega por primera vez a España. Un canal con una variada selección de programas dedicados al hogar, la decoración, los viajes y el estilo de vida. En su parrilla se podrán ver desde producciones como 'DIY SOS' o 'Casas señoriales' hasta emocionantes formatos de aventuras como 'Las desventuras de Romesh Ranganathan' o 'Steve Backshall's Extreme Mountain Challenge'.



Por su parte, en el dial 86, BBC Earth se incorpora al catálogo de Movistar Plus+, ofreciendo más de 120 horas de contenidos doblados al español. Un canal con documentales de BBC Studios, con producciones de

naturaleza, ciencia e investigación. Entre sus títulos más destacados figuran 60 encuentros letales, 'Expedición Tigre' y 'Polar Bear: Spy on the Ice'.

Con estas incorporaciones, BBC Lifestyle y BBC Earth se unen al conjunto de canales de BBC Studios que ya formaban parte de la plataforma: BBC Series (dial 32), Top Gear (dial 34), BBC History (dial 84) y BBC Food (dial 92), lanzados el pasado mes de enero.

09 octubre, 2025 - SatCesc.com

Movistar Plus+ lanza BBC Player, BBC Lifestyle y BBC Earth

Movistar Plus+ da un paso más en su alianza estratégica con la **BBC** con el lanzamiento en España de **BBC Player**, el nuevo servicio bajo demanda que reunirá más de **700 horas de contenidos exclusivos** de la corporación británica.

El estreno tendrá lugar el **15 de octubre**, consolidando la apuesta de la plataforma por el contenido internacional de calidad.

Diseñado especialmente para el público español y **disponible en nuestro idioma**, BBC Player ofrecerá una cuidada selección de **series, documentales, programas de estilo de vida y entretenimiento** de BBC Studios.

Entre los títulos destacados figuran los documentales de **Louis Theroux** como *Historias de Los Ángeles*, *Vida al límite* o *Entrevista*; y producciones de historia natural como *David Attenborough y el dinosaurio gigante* —donde el legendario naturalista viaja a Argentina en busca del dinosaurio más grande conocido— o *Diario de los grandes felinos*, que sigue la vida de tigres y leones africanos.

También se incluirán programas como *Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo* o los icónicos concursos *El rival más débil* y *Ultimate Wedding Planner*. En el terreno de la ficción, sobresalen *Padre Brown* y las tres series de la franquicia *Paraíso* (*Crimen en el paraíso*, *Crimen más allá del paraíso* y *Regreso al paraíso*), cuyos nuevos episodios se estrenarán en primicia en la plataforma.

Dos nuevos canales: BBC Lifestyle y BBC Earth

Coincidiendo con el estreno de BBC Player, **Movistar Plus+** suma dos nuevos canales lineales de la BBC a su oferta:

- **BBC Lifestyle (dial 93)**, centrado en hogar, decoración, viajes y estilos de vida, con programas como *DIY SOS*, *Casas señoriales* o *Las desventuras de Romesh Ranganathan*.
- **BBC Earth (dial 86)**, con más de **120 horas de documentales doblados al español**, ofrecerá lo mejor de la ciencia, la naturaleza y la aventura, con títulos como *60 encuentros letales*, *Expedición Tigre* o *Polar Bear: Spy on the Ice*.



Estos canales se suman a los ya presentes **BBC Series (dial 32)**, **Top Gear (dial 34)**, **BBC History (dial 84)** y **BBC Food (dial 92)**, todos ellos disponibles desde comienzos de año.

Una alianza de una década

El acuerdo entre **BBC Studios y Movistar Plus+** cumple ya diez años y ha traído a España grandes producciones británicas como *Planeta Tierra III*, *Mamíferos*, *Time (T2)* o *Blue Lights*.
Con el lanzamiento de BBC Player y la incorporación de nuevos canales, ambas compañías refuerzan su compromiso con el **entretenimiento de calidad** y con una **programación diversa, educativa y de referencia internacional**.

BBC Player aterrizará de forma exclusiva en Movistar Plus+

A partir del próximo 15 de octubre, más de 700 horas de contenidos cuidadosamente seleccionados del catálogo de BBC Studios llegarán a la plataforma de Telefónica, que se suma a los canales temáticos BBC Lifestyle y BBC Earth.

José Suay Alamo 9 octubre 2025



Movistar Plus+ ha fortalecido su alianza con BBC Studios mediante un acuerdo que permitirá que, a partir del próximo 15 de octubre, BBC Player aterrice en la plataforma de Telefónica con más de 700 horas de contenidos cuidadosamente seleccionados del catálogo de BBC Studios.

Así, BBC Player nutrirá el catálogo de Movistar Plus+ con grandes series, documentales de naturaleza, programas de estilo de vida y otros contenidos de entretenimiento, todos ellos diseñados específicamente para el público español y disponibles en nuestro idioma.

Cabe recordar que la llegada de BBC Player coincide con el debut en España a través de Movistar Plus+ de los canales temáticos BBC Lifestyle (dial 93) y BBC Earth (dial 86). Asimismo, Movistar Plus+ se responsabilizará de la comercialización publicitaria de los canales de BBC Studios en la plataforma y de la publicidad bajo demanda que se integre en BBC Player.

La alianza de BBC Studios y Movistar Plus+ comenzó hace diez años. Desde entonces, Movistar Plus+ ha estrenado en exclusiva documentales como 'Planeta Tierra III' o 'Mamíferos', así como reconocidas series como 'Time' (T2) o 'Blue Lights'.

«La integración de BBC Player en nuestra oferta de televisión convergente es un paso muy importante en la consolidación de Movistar Plus+ como la mejor plataforma de entretenimiento disponible en el mercado español. Queremos que Movistar Plus+ sea la gran casa del entretenimiento, el lugar desde el que puedes acceder a todo el contenido de las grandes plataformas audiovisuales. La llegada de BBC Player cumple con ese objetivo y nos convierte en el hogar de BBC Studios en España. Además de ser el socio prioritario en la adquisición, en exclusiva, de su contenido y distribuir sus canales, ahora fortalecemos nuestra alianza siendo pioneros en la distribución de BBC Player en España. Estamos encantados de darle la bienvenida a nuestra familia de contenidos», contaba Ismael Calleja, director de Alianzas de Movistar Plus+.

«El público español ha demostrado mucho interés por acceder a la mejor programación británica de calidad, y el lanzamiento de BBC Player, BBC Lifestyle y BBC Earth en Movistar Plus+ nos permite responder a una demanda creciente. Desde los contenidos inspiradores de BBC Lifestyle hasta la diversidad de programas disponibles en BBC Player, estamos orgullosos de ofrecer una programación variada y de calidad a nuevas audiencias. Este lanzamiento marca un hito clave en nuestra estrategia digital, ofreciendo a los espectadores españoles más opciones y flexibilidad para disfrutar de lo mejor de BBC Studios», expresaba Arran Tindall, director comercial y vicepresidente ejecutivo para Europa, Oriente Medio y África de BBC Studios.

HOBBYCONSOLAS

HOBBYCINE

SERIES Y TV

Movistar Plus+ se refuerza este octubre con la llegada de BBC Player, dos nuevos canales y más de 700 horas de contenido



Javier Cazallas 9 oct. 2025 15:02h.

La alianza estratégica entre la BBC y Movistar Plus+ se ve reforzada este otoño con toneladas de contenido nuevo que estará disponible para el público español.

Hace más de una década que Movistar Plus+ y la BBC, la corporación televisiva pública del Reino Unido, mantienen una provechosa alianza que ha traído a nuestro país numerosas producciones británicas, como Blue Lights.

Series, documentales y programas de la BBC han llegado a nuestro país en exclusiva a través del catálogo de Movistar Plus+ y sus diales. Este mismo año, por ejemplo, se incorporaban BBC Series (dial 32), Top Gear (dial 34), BBC History (dial 84) y BBC Food (dial 92), pero no serían los últimos.

La plataforma ha anunciado la llegada este 15 de octubre de BBC Player, una selección de más de 700 horas del catálogo de BBC Studios.

Entre los contenidos que podremos ver se encuentran documentales como Historias de Los Ángeles o Vida al límite, de Louis Theroux, David Attenborough y el dinosaurio gigante, Diario de los grandes felinos u Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo.

En series de ficción tendremos Padre Brown o la franquicia al completo de Paraíso: Crimen en el paraíso, Crimen más allá del paraíso y Regreso al paraíso, con la promesa de estrenos en primicia en Movistar Plus+.

Dos nuevos canales BBC para Movistar Plus+

A la familia de canales de la BBC que ya están disponibles en la plataforma, Movistar Plus+ suma otro par: BBC Lifestyle y BBC Earth.

BBC Lifestyle (dial 93) es el canal diseñado para "inspirar, entretener y motivar", con programas como DIY SOS, Casas señoriales, Las desventuras de Romesh Ranganathany o Steve Backshall's Extreme Mountain Challenge.

En cuanto a BBC Earth (dial 86), dispondrá de más de 120 horas de documentales de BBD Studios doblados al castellano, entre los que se destacan 60 encuentros letales, Expedición Tigre o Polar Bear: Spy on the Ice.

Si te apasionan las producciones británicas, Movistar Plus+ no deja de darte motivos para disfrutar de ellas en su catálogo, y más a partir de este 15 de octubre con las llegadas de BBC Player, BBC Lifestyle y BBC Earth.

TV Y AUDIENCIAS

BBC Player llega a España de la mano de Movistar Plus+: estos serán los contenidos que tendrá

'El rival más débil', 'Ultimate Wedding Planner', 'Padre Brown' y las temporadas completas de la popular franquicia 'Paraíso' serán algunos de los contenidos seleccionado del catálogo de BBC Studios

Sergio López Martín 09/10/2025 - 13:43



Algunos de los contenidos de BBC Player que está en Movistar Plus+ (BBC / MOVISTAR PLUS +)

Nuevo paso de la alianza estratágica entre BBC y Movistar Plus+ en España. La plataforma de entretenimiento española ha anunciado este jueves el acuerdo con la corporación británica para el lanzamiento en nuestro país de BBC Player, que tendrá lugar el próximo miércoles 15 de octubre con más de 700 horas de contenidos cuidadosamente seleccionados del catálogo de BBC Studio.

Diseñado específicamente para el público español y disponible en nuestro idioma, BBC Player contará con grandes series, documentales de naturaleza, programas de estilo de vida y otros contenidos de entretenimiento.

Entre los títulos disponibles desde su lanzamiento se incluyen los documentales de Louis Theroux, como Historias de Los Ángeles, Vida al límite o Louis Theroux Entrevista; producciones de historia natural como David Attenborough y el dinosaurio gigante, donde Sir David Attenborough viaja a Argentina para el descubrimiento del dinosaurio más grande conocido, o Diario de los grandes felinos, que sigue la vida de los tigres y leones africanos en Kenia. También estará disponible Hoteles increíbles: la vida más allá del vestíbulo, que muestra lo que sucede en la trastienda de los alojamientos más extraordinarios del mundo. La oferta se completa con icónicos concursos como El rival más débil o Ultimate Wedding Planner. En ficción destaca el drama criminal Padre Brown y las temporadas completas de la popular franquicia Paraíso (Crimen en el paraíso, Crimen más allá del paraíso y Regreso al paraíso'), cuyos nuevos episodios se estrenarán en primicia en BBC Player.

Nuevos canales: BBC Lifestyle y BBC Earth

Coincidiendo con este lanzamiento, BBC Lifestyle (dial 93) hace su debut en España a través de Movistar Plus+. Diseñado para entretener, inspirar y motivar, el canal ofrecerá a los espectadores una colección de programas de hogar, decoración, viajes y estilos de vida: desde la inspiración de DIY SOS y Casas señoriales hasta grandes títulos de aventuras como Las desventuras de Romesh Ranganathany o Steve Backshall’s Extreme Mountain Challenge.

BBC Earth (dial 86) también se incorpora a la oferta de Movistar Plus+. Con más de 120 horas de contenidos completamente doblados al español, el canal presentará la mejor programación de documentales de BBC Studios, desde impactantes producciones de historia natural hasta increíbles e inspiradores programas de ciencia e investigación. Entre los títulos destacados se incluyen 60 encuentros letales, Expedición Tigre o Polar Bear: Spy on the Ice.

BBC Lifestyle y BBC Earth se suman a los canales de BBC Studios ya disponibles en la plataforma: BBC Series (dial 32), Top Gear (dial 34), BBC History (dial 84) y BBC Food (dial 92)lanzados en enero de este año.

Alianza reforzada

De este modo, la alianza de BBC Studios y Movistar Plus+ comenzó hace diez años. Desde entonces, Movistar Plus+ ha estrenado en exclusiva sus títulos más impactantes, entretenidos o inspiradores: desde los grandes documentales de naturaleza y ciencia bajo el sello BBC Earth como Planeta

Tierra III o Mamíferos, hasta reconocidas series como Time (T2) o Blue Lights.

"La integración de BBC Player en nuestra oferta de televisión convergente es un paso muy importante en la consolidación de Movistar Plus+ como la mejor plataforma de entretenimiento disponible en el mercado español. Queremos que Movistar Plus+ sea la gran casa del entretenimiento, el lugar desde el que puedes acceder a todo el contenido de las grandes plataformas audiovisuales. La llegada de BBC Player cumple con ese objetivo y nos convierte en el hogar de BBC Studios en España. Además de ser el socio prioritario en la adquisición, en exclusiva, de su contenido y distribuir sus canales, ahora fortalecemos nuestra alianza siendo pioneros en la distribución de BBC Player en España. Estamos encantados de darle la bienvenida a nuestra familia de contenidos", asegura Ismael Calleja, director de Alianzas de Movistar Plus+.

"El público español ha demostrado mucho interés por acceder a la mejor programación británica de calidad, y el lanzamiento de BBC Player, BBC Lifestyle y BBC Earth en Movistar Plus+ nos permite responder a una demanda creciente. Desde los contenidos inspiradores de BBC Lifestyle hasta la diversidad de programas disponibles en BBC Player, estamos orgullosos de ofrecer una programación variada y de calidad a nuevas audiencias. Este lanzamiento marca un hito clave en nuestra estrategia digital, ofreciendo a los espectadores españoles más opciones y flexibilidad para disfrutar de lo mejor de BBC Studios", Arran Tindall, director comercial y vicepresidente ejecutivo para Europa, Oriente Medio y África de BBC Studios.

Además, Movistar Plus+ se responsabilizará de la comercialización publicitaria de los canales de BBC Studios en la plataforma y de la publicidad bajo demanda que se integre en BBC Player.

europa press

FÚTBOL

Mbappé: "Tengo muy buena relación con Vinícius, este año nos conocemos mucho mejor"



Los delanteros del Real Madrid Kylian Mbappé y Vinícius Júnior celebran un gol ante el Villarreal CF en el partido de LaLiga EA Sports 2025-26 en el Santiago Bernabéu.

- Europa Press/Contacto/Ruben Albarran

Europa Press Deportes Publicado: jueves, 9 octubre 2025 14:16

MADRID, 9 Oct. (EUROPA PRESS) -

El delantero del Real Madrid y la selección francesa Kylian Mbappé confesó que su relación con su compañero Vinícius Júnior es "muy buena", incluso "mejor este año", porque se conocen "mucho más", y defendió que "cuando tenga un problema grave" con el brasileño, se lo dirá.

"Dos jugadores famosos en el mismo equipo vende mucho papel, pero tengo una muy buena relación con Vinícius, muchísimo mejor este año porque nos conocemos mucho más. Es un grandísimo jugador y una buenísima persona", expresó el atacante en un avance publicado este jueves de su entrevista a Movistar+ junto a Jorge Valdano que se emitirá íntegra este domingo.

Mbappé ve "normal" que se hable de ellos, aunque insistió en que tanto el brasileño como el francés tienen "el mismo objetivo: ayudar al Real Madrid a ganar títulos". "Y si queremos ganar títulos tenemos que estar los dos en nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo", comentó.

"Lo normalizo porque cuando tenga un problema grave, que espero que no pase, se lo diré, la gente lo escuchará, pero esto no es grave", concluyó el delantero francés respecto a su relación con Vinícius Júnior en el Real Madrid.

PAÍS: España
PÁGINAS: 2-3
AVE: 41340 €
ÁREA: 1297 CM² - 106%
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 42534
OTS: 465000
SECCIÓN: REAL MADRID
10 Octubre, 2025



Pendientes de Mbappé

El Real Madrid cruza los dedos ante la previsible titularidad del francés ante Azerbaiyán pese a sus problemas de tobillo

"Hubo una comunicación clara con el Madrid, fueron comprensivos. Me siento bien, quiero jugar"

A. ONRUBIA, M. DE JUAN
PARÍS, MADRID

Objetivo
Está a 5 goles de los 57 de Giroud, máximo artillero

Capitán
Tras los vaivenes del curso pasado, necesita reafirmarse

El Real Madrid cruzará los dedos al ponerse esta noche frente al televisor para ver lo que sucederá en el Parque de los Príncipes de París. Allí, la selección francesa se medirá con Azerbaiyán en su tercer partido de la fase de clasificación para el próximo Mundial de 2026, un duelo *a priori* sencillo por la enorme distancia entre ambos equipos y sin urgencias, toda vez que Francia ha ganado sus dos partidos anteriores y es líder en solitario de su grupo. Y sin embargo, la posibilidad de que Mbappé sea titular es real, pese a que se marchó a este parón tras retirarse del duelo ante el Villarreal con un esguince de tobillo y a que de cuatro sesiones con Francia, sólo completó una, ayer.

Es lógico que el Madrid ande nervioso ante la posibilidad de que las molestias de Mbappé se conviertan en algo más grave: lleva 14 goles en diez partidos y ha sido el autor del 54% de los tantos anotados por los de Xabi. Kylian no es uno más y el Clásico ante el Barcelona está a la vuelta de la esquina, el domingo 26 de octubre. Pero todo apunta a que el parisino juega esta noche, como él mismo dejó claro ayer. El simple hecho de que saliese a comparecer ante los medios ya es un indicador de que no quiere un rol secundario para este parón.

"Los clubes pagan y no quieren perder a sus jugadores. Y para nosotros, la selección francesa es lo más importante. Pero hubo una comunicación clara con el Madrid. Tenía una cosa en el tobillo, pero quise venir. Y el club fue comprensivo. No hay problema, todo va bien. Quiero jugar y el entrenador quiere que juegue. Me siento bien. Eso es todo", explicó Mbappé; Deschamps, por su parte, no fue tan tajante, aunque sí dejó claramente la puerta abierta a la titularidad del madridista: "Lo del tobillo no es algo grave. Es más un tema de sensibilidad. Ha seguido el programa previsto. Si todo va bien, estará disponible".

En el Madrid asumen que se ha marchado al parón para jugar, de otra forma se habría negociado con la Federación de Francia para que le liberasen. Son dos duelos, ante Azerbaiyán e Islandia, que no son a vida o muerte, pero en los que Kylian tiene cosas en juego. La primera es una cuestión estadística e histórica: con 52 goles con Francia, está a sólo cinco de los 57 de Giroud, el máximo artillero de la historia de los *Bleus*. Si se le da bien, puede volver a Madrid habiéndole quitado ese honor. "El objetivo es clasificarse... Pero si puedo marcar, no me voy a privar de ello. Quiero igualar a Giroud, pero es algo que llegará naturalmente", dijo ayer.

Y luego está su rol en la selección, tras lo sucedido el curso pasado, cuando se quedó voluntariamente fuera de una convocatoria para centrarse en su adaptación al Madrid y luego Deschamps no le llamó a la siguiente. Aquello suena a pasado: lleva el 10 que antes portaron Platini o Zidane y es el capitán. Pero le conviene dejar toda la huella que pueda ahora que está en estado de gracia: "He comenzado bien, con el Madrid y con la selección. Puedo mejorar y trabajo para ello". Mientras, en el Madrid rezan todo lo que saben para que el tobillo de Kylian no diga basta...

GOLEADORES CON FRANCIA

	Jugador	Goles
1	Giroud	57
2	**Mbappé**	**52**
3	Henry	51
4	Griezmann	44
5	Platini	41



LA VIDA CON VINICIUS

Mbappé ha concedido una entrevista a Jorge Valdano que se emitirá en Movistar+ este domingo. Ayer se hizo público un adelanto de la misma, en el que el francés habla de su relación con Vinicius: "Es muy buena, mejor este año porque nos conocemos más. Es una muy buena persona. Dos jugadores famosos en un mismo equipo... eso vende mucho papel. Pero eso no es grave. El día que tenga un problema grave, que espero que no pase, hablaré con él. Y la gente lo escuchará".

PAÍS: España
PÁGINAS: 2-3
AVE: 41340 €
ÁREA: 1297 CM² - 106%
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 42534
OTS: 465000
SECCIÓN: REAL MADRID
10 Octubre, 2025





Mbappé, ayer durante la sesión en el Parque de los Príncipes.

REAL MADRID

Mbappé y su relación con Vinicius: “El día que pase algo grave, se lo diré”

Movistar Plus+ compartió un avance de la entrevista de Valdano con el jugador francés hablando de su relación con Vinicius: “Es muy buena”.



Actualizado a 9 de octubre de 2025 13:50 CEST

Kylian Mbappé, jugador del Real Madrid, concedió una entrevista desde la concentración de Francia a Jorge Valdano para Movistar Plus. En el avance de una charla que se emitirá íntegra este domingo 12 de octubre a las 21:00 h en Movistar+, el delantero galo explica como es su relación con Vinicius Jr.

“Dos jugadores famosos en el mismo equipo venden mucho papel, venden muchas cosas. Tengo una relación muy buena con Vinicius. Muchísimo mejor este año, nos conocimos muchísimo mejor. Es un grandísimo jugador y como persona, una muy buena persona”, comenzó su reflexión ante el campeón del mundo con Argentina.

El francés también demostró ser consciente del foco bajo el que viven y la atención que generan. Además, Mbappé defendió su sociedad como la vía de los blancos para ganar títulos. "Sabemos que la gente habla de nosotros por todo, pero tenemos el mismo objetivo: ayudar al Real Madrid a ganar títulos. Pienso que si queremos ganar títulos, tenemos que estar en nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo", explicó. "Me encanta como normalizas lo que parecen problemas muy grandes", opinó Valdano sobre su actitud.

"Lo normalizo porque el día que tenga el problema grave, que espero que no pase, le diré que es grave. Y la gente va a escuchar y entenderá que considero que es grave. Eso no es grave. En la vida de un futbolista famoso o del Real Madrid, eso no es grave", sentenció el de Bondy sobre este tema.

SPORT

10 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 18
AVE: 6603 €
ÁREA: 489 CM² - 69%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11514
OTS: 203000
SECCIÓN: FUTBOL



REAL MADRID PREOCUPACIÓN EN EL BERNABÉU

Mbappé pone en alerta al Madrid: "Quiero jugar"

El francés se marchó a la selección a pesar de sus problemas de tobillo y estará disponible para los dos partidos del parón contra Azerbaiyán e Islandia. En el Madrid hay preocupación de que se vuelva a hacer daño a pocas semanas del clásico

TONI MUNAR
Barcelona

Kylian Mbappé recuperó sensaciones en la concentración de Francia el pasado miércoles. El jugador del Real Madrid volvió a tocar pelota tras sus molestias en el tobillo, pero a los 15 minutos del entrenamiento se separó del grupo para ejercitarse aparte junto a Ibrahima Konaté. Y Didier Deschamps no tomará ningún riesgo para el primer duelo ante Azerbaiyán.

RECUPERADO Ayer, el jugador blanco atendió a los medios de comunicación en modo de previa para el partido de clasificación para el Mundial 2026. Ante los micrófonos restó importancia al tema de su convocatoria: "Aquí se ha hablado más de lo que pasó con las lesiones en septiembre. Son los clubes los que pagan. No quieren perder a sus jugadores. Y para nosotros, la selección francesa es lo más importante. En Madrid todo ha ido bien. Hubo una comunicación clara. Tenía una cosa en el tobillo, pero quise venir. El club fue comprensivo. No hay problema mayor sobre esto. Todo va bien".

En Francia se habló de que podría descansar en el primer duelo para estar a tope contra Islandia, pero el jugador tiene claro qué quiere hacer: "Quiero jugar. El entrenador quiere que juegue. No creo que haya un problema mayor. Me siento bien. Hablamos con el entrenador. Es verdad que no he entrenado, pero hoy me entrenaré. No hay preocupación particular. Quiero jugar y clasificarme para el Mundial".

De hecho, Mbappé daba por hecho su participación en el duelo ante Azerbaiyán. Le preguntaron acerca de superar el récord de Giroud como máximo goleador histórico de la selección y el francés se mostró optimista: "No. No me pongo un límite para igualarlo. Quiero igualarle. ¿Posiblemente mañana, quién sabe? Como dije, lo más importante es clasificarse para el Mundial". De hecho, puede que algo demasiado optimista porque está aún a cinco goles del exdelantero del Arsenal.

Deschamps también explicó la situación prevista para el delantero y confirmó su disponibilidad para hoy: "No es algo grave el problema en su tobillo. Ha seguido el programa previsto. Debe entrenarse esta tarde con el resto de sus compañeros. Y si todo pasa bien, mañana estará disponible".

Mbappé es muy importante para la selección y para el Real Madrid. Tras un primer año complicado, el francés ha conseguido revertir la situación: "En el campo, puedes tener años más difíciles, donde no te asientas. En la vida, me he asentado en Madrid. Estoy más tranquilo. Es un sitio distinto a París., explicó el madridista. "Creo que es una nueva temporada, hemos podido descansar más y pude prepararme mejor. He comenzado bien la temporada. Es solo el debut de una temporada muy larga. He empezado bien, puse todos los ingredientes para empezar bien. Estamos bien con el equipo, a pesar del partido ante el Atlético. Estamos comprendiendo lo que pide el entrenador de nosotros. También con la selección he empezado bien. Creo que puedo mejorar y trabajo para ello", finalizó Mbappé.


Mbappé no quiere perderse los dos próximos partidos de la selección francesa // EFE

"Dos estrellas venden mucho"

Kylian Mbappé será el gran protagonista del nuevo episodio de Universo Valdano en Movistar Plus+, que se estrena el próximo domingo. En un avance, el francés habla sobre su relación con Vinícius Júnior y aclara los rumores sobre su convivencia en el vestuario: "Dos jugadores famosos en el mismo equipo venden mucho papel. Tengo una relación muy buena con Vinicius, muchísimo mejor este año porque nos conocimos mejor. Es un grandísimo jugador y una gran persona. Sabemos que la gente va a hablar de nosotros".


Mbappé habló de Vinicius // EFE

Mbappé resta importancia a los rumores y destaca que lo importante es lo colectivo en este inicio de su segundo año de blanco.

"TENÍA UNA COSA EN EL TOBILLO, PERO QUISE VENIR. EL CLUB FUE COMPRENSIVO. NO HAY PROBLEMA MAYOR. TODO VA BIEN"

SPORT

REAL MADRID

Mbappé, sobre su relación con 'Vini': "Dos jugadores famosos en el mismo equipo venden mucho papel"

El francés se sinceró con Valdano en el nuevo capítulo de 'Universo Valdano' que se estrenará este domingo



Mbappé y Vinicius celebrando un gol con el Real Madrid

Toni Munar 09 OCT 2025 17:41

Mbappé será el gran protagonista del nuevo episodio de 'Universo Valdano' en Movistar Plus que se estrenará este domingo 12 de octubre. El crack francés se abrirá con el argentino para analizar su primer año en Madrid y los objetivos que tiene esta temporada con el conjunto blanco. Una gran charla de fútbol entre dos goleadores en finales mundialistas que ya ha dejado sus primeros avances en las redes sociales.

El primer clip que Movistar Plus ha subido es sobre Mbappé explicando cómo ha mejorado su relación con Vinicius Jr. en el vestuario del Real Madrid. En el primer año en el Bernabéu, la mejora del francés coincidió con la bajada de rendimiento del brasileño. Muchos achacaron el mal rendimiento del equipo al ex del PSG y su no entendimiento con los otros cracks del club.

Además, han salido informaciones que apuntan a que Vinicius habría paralizado su renovación con el Madrid porque quiere cobrar lo mismo que el francés. Muchos rumores y muchas noticias entre los dos 'gallos' del vestuario blanco a los que Mbappé no les hace mucho caso.

"Dos jugadores famosos en el mismo equipo venden mucho papel. Tengo una relación muy buena con Vinicius, muchísimo mejor este año porque nos conocimos mejor. Es un grandísimo jugador y una gran persona. Es normal, sabemos que la gente va a hablar de nosotros por todo", explicó en Movistar Plus.



La clave del éxito en un equipo es estar juntos. Algo que Mbappé sabe y se nota su cambio de mentalidad esta temporada bajo las órdenes de Xabi Alonso, pero desde su llegada a Madrid aún no ha conseguido sumar ningún gran éxito (sin contar la Supercopa de España y la Intercontinental de la temporada pasada, finales a las que el Madrid se clasificó sin el francés).

El ex del PSG vino a España a triunfar y sabe que los éxitos colectivos son lo más importante del fútbol: "Si queremos ganar títulos, tenemos que estar a la mejor versión y ayudar todos al equipo".

Valdano se mostró sorprendido por las palabras de Mbappé y por la madurez que muestra al explicar estas cosas. Algo que el crack francés respondió con clase: "Normalizo las cosas porque no son graves. El día que pase algo grave voy a decirlo y me van a escuchar. La vida de un futbolista famoso es así, no son cosas graves".

Vinicius-Mbappé es una dupla que hasta ahora no ha conseguido dar el rendimiento esperado al Madrid. Los dos estuvieron en la cúspide de los mejores jugadores del mundo unas temporadas atrás y ahora, la tarea de Xabi Alonso es conseguir crear sinergias entre los dos para llegar al éxito.

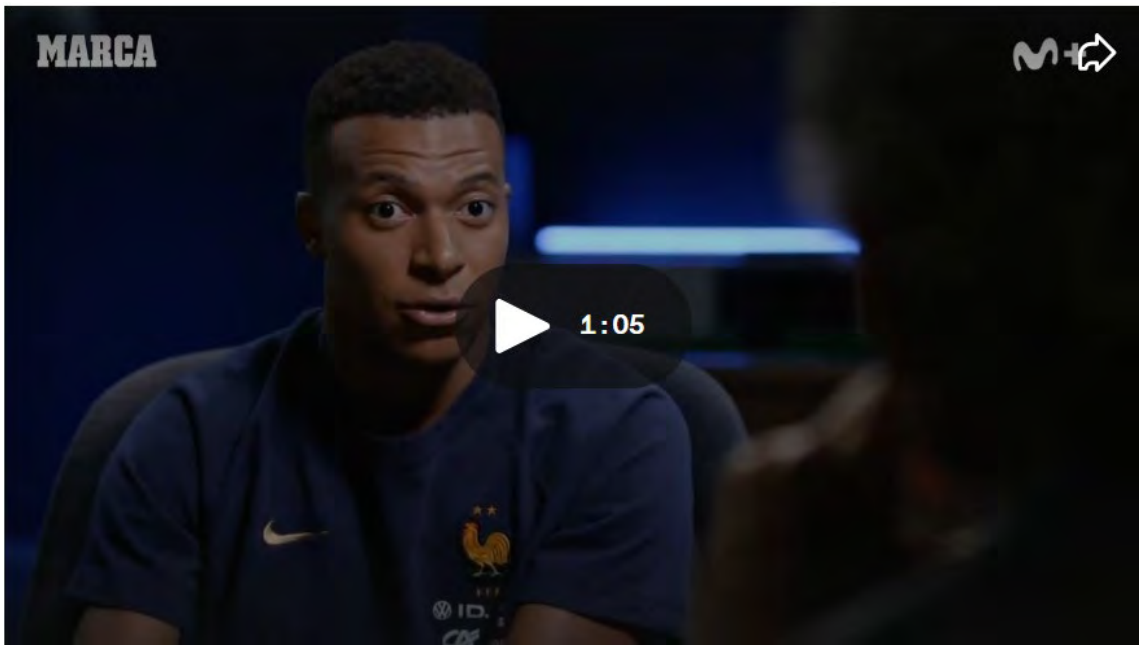
SPORT

MARCA

Real Madrid

Mbappé, sobre Lamine: "Hay que dejarle en paz, es un gran jugador"

El francés valora la figura del azulgrana en 'Universo Valdano' de Movistar Plus+



Mbappé: "Se habla mucho de Lamine, pero hay que dejarle en paz" MovistarPlus+

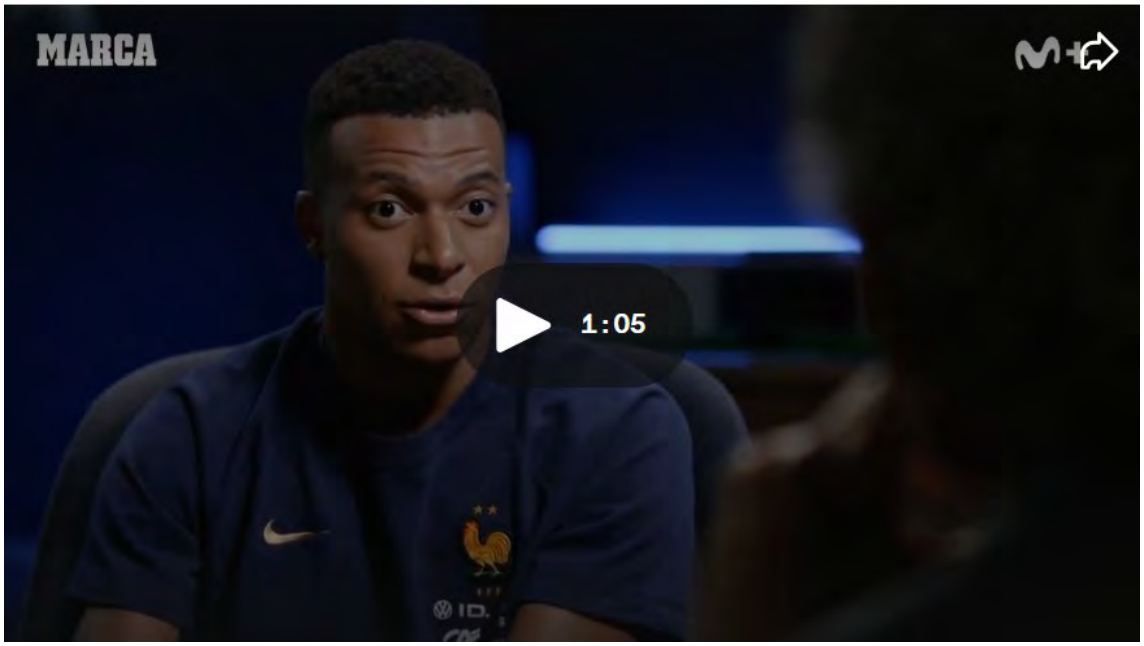
J. H. Actualizado 10/10/2025 - 00:29CEST

Kylian Mbappé es el último invitado de 'Universo Valdano'. La esperadísima entrevista estará disponible completa el domingo 12 de octubre en exclusiva en Movistar Plus+, pero la plataforma ha hecho públicos ya un par de clips a modo de avance sobre la charla mantenida entre ambos en la concentración francesa (Kylian viste el chándal de la selección).

En uno de los avances, Mbappé hace una referencia a Lamine Yamal de manera muy respetuosa. Más allá de elogiar su calidad futbolística, el galo hace énfasis en que entiende que son juicios de valor inapropiados hacia el azulgrana sobre su vida privada. En su discurso, Kylian pide que se hable de Lamine sólo por sus cualidades futbolísticas y recuerda, en varias ocasiones, que apenas tiene 18 años.

"Se ve que tiene mucha pasión por el fútbol y eso es la única cosa que no puede perder. El resto es su vida personal. Hay que dejarle en paz. En el fútbol es un gran jugador, pero en la vida es un chico de 18 años. Con esa edad todo el mundo comete errores. Haces cosas bien, cosas mal..."

"Al final, él va a tener su experiencia de vida. Sabrá lo que es bueno para él y al final sólo hay que mirar lo que hace en el campo. Lo que hace fuera no es importante, si no es grave. Tiene un gran talento y hará el camino que él quiera. Le deseo mucha suerte".



Mbappé, sobre su relación con Vinícius: "El día que pase algo grave, se lo diré"

Su relación con Vinicius

En otro de los clips adelantados por Movistar Plus+ de la entrevista con Valdano, Mbappé también hace mención a su relación con Vinicius. Kylian despeja cualquier polémica, negando cualquier roce entre ellos: "Dos jugadores famosos en el mismo equipo… eso vende muchos periódicos, mucho papel. La verdad es que tengo una relación muy buena con Vinicius, muchísimo mejor este año porque nos conocemos mucho más".

"Es un grandísimo jugador y una muy buena persona. Es normal. Sabemos que la gente va a hablar, pero tenemos el mismo objetivo: ayudar al Real Madrid a ganar títulos. Si queremos ganarlos, debemos estar los dos en nuestra mejor versión".

"Lo normalizo. Si algún día hay un problema serio entre nosotros, lo diré. Pero esto no es algo grave. Es parte de la vida de un futbolista famoso, de un futbolista del Real Madrid"

EL ESPAÑOL



FÚTBOL

Mbappé reconoce tener una relación "muchísimo mejor este año" con Vinicius: "Cuando haya un problema grave se lo diré"

El delantero concedió una entrevista a Valdano desde la concentración de la selección francesa y reconoció que su asociación con el brasileño será clave para ganar títulos.

Carlos Serrano 9 octubre 2025

Kylian Mbappé ha empezado la nueva temporada siendo el líder del Real Madrid. El francés se ha echado el equipo a la espalda con los 14 goles y 2 asistencias que ha registrado en 10 partidos y ya nadie duda de que está atravesando su mejor momento deportivo desde que llegó al conjunto blanco.

El francés no solo acapara todo el foco mediático por sus goles, regates o asistencias, sino también por sus gestos y su relación con Vinicius. De hecho, en una entrevista concedida a Jorge Valdano para Movistar Plus desde la concentración de la selección gala, ha explicado cómo es su afinidad con el brasileño.

"Dos jugadores famosos en el mismo equipo venden mucho papel, venden muchas cosas. Tengo una relación muy buena con Vinicius. Muchísimo mejor este año, nos conocimos muchísimo mejor. Es un grandísimo jugador y como persona, una muy buena persona", destacó el de Bondy.



Y es que el jugador francés es consciente de que su conexión con el brasileño puede ser determinante para conseguir los objetivos del Real Madrid cada temporada: ganar el mayor número de títulos posibles.

"Sabemos que la gente habla de nosotros por todo, pero tenemos el mismo objetivo: ayudar al Real Madrid a ganar títulos. Pienso que si queremos ganar títulos, tenemos que estar en nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo", admitió Kylian Mbappé.



Vinicius celebra con Mbappé su segundo gol en el partido. Reuters

Valdano se rindió ante la actitud del francés: "Me encanta como normalizas lo que parecen problemas muy grandes", aunque para el '10' del Real Madrid esos conflictos no existen.

"Lo normalizo porque el día que tenga el problema grave, que espero que no pase, le diré que es grave. Y la gente va a escuchar y entenderá que considero que es grave. Eso no es grave. En la vida de un futbolista famoso o del Real Madrid, eso no es grave", sobre este tema.

Mbappé presume de su buena relación con Vinícius

El astro francés del Real Madrid afirma que el vínculo entre ambos ha crecido este año, ya que se conocen "mucho más"



MADRID.-Kylian Mbappé: "Vinícius y yo tenemos una muy buena relación, este año nos conocemos mucho mejor"Europa Press

La Razón @larazon_es Creada: 09.10.2025

Kylian Mbappé, delantero del Real Madrid confesó que su relación con su compañero Vinícius Júnior es "muy buena", incluso "mejor este año", porque se conocen "mucho más", y defendió que "cuando tenga un problema grave" con el brasileño, se lo dirá.

"Dos jugadores famosos en el mismo equipo vende mucho papel, pero tengo una muy buena relación con Vinícius, muchísimo mejor este año porque nos conocemos mucho más. Es un grandísimo jugador y una buenísima persona", expresó el atacante en un avance publicado este jueves de su entrevista a Movistar+ junto a Jorge Valdano que se emitirá íntegra este domingo.

Mbappé ve "normal" que se hable de ellos, aunque insistió en que tanto el brasileño como el francés tienen "el mismo objetivo: ayudar al Real Madrid a ganar títulos". "Y si queremos ganar títulos tenemos que estar los dos en nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo", comentó.

"Lo normalizo porque cuando tenga un problema grave, que espero que no pase, se lo diré, la gente lo escuchará, pero esto no es grave", concluyó el delantero francés respecto a su relación con Vinícius Júnior en el Real Madrid.

REAL MADRID

Mbappé sobre su relación con Vinicius: "Tener a dos jugadores famosos en el mismo equipo...eso vende mucho"

"Tengo una relación muy buena con Vinicius", dijo el francés, que insistió en que "si queremos ganar títulos, tenemos que estar los dos en nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo"



Vinicius y Mbappé José Antonio García Sirvent / Propias

Madrid Actualizado a 09/10/2025 15:00 CEST

Mbappé es protagonista este domingo del programa 'Universo Valdano' de Movistar. El delantero del Real Madrid es entrevistado por Jorge Valdano y Movistar ha avanzado un extracto de esa entrevista.

Ese extracto es sobre la relación entre Mbappé y Vinicius. "Tener a dos jugadores famosos en el mismo equipo, eso vende mucho papel, eso vende mucho", comienza diciendo el francés, para añadir que "la verdad es que tengo una relación muy buena con Vinicius. Muchísimo mejor este año porque nos conocemos muchísimo mejor".

"Es un grandísimo jugador y como persona, es una muy buena persona. Es normal, sabemos que la gente va a hablar de nosotros por todo", siguió diciendo Mbappé, para añadir que "al final, tenemos el mismo objetivo, ayudar al Real Madrid a ganar títulos. Pienso que si queremos ganar títulos, tenemos que estar los dos en nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo".



Jorge Valdano se sorprendió por cómo Mbappé "normaliza los que parecen problemas muy grandes", dijo el argentino. "Lo normalizo porque el día que vaya a tener un problema grande, espero que no pase, voy a decir que es grave", dijo Mbappé, para sentenciar que "la vida de un futbolista famoso, la vida de un futbolista del Real Madrid, eso no son cosas graves".



Gracias a Movistar Plus+ podremos vivir este domingo una de las entrevistas más importantes que dará Kylian Mbappé desde su llegada al Real Madrid

Kylian Mbappé ha hablado y lo ha hecho con claridad. En un adelanto de su entrevista con Jorge Valdano, la estrella del Real Madrid quiso apaciguar las aguas con respecto al persistente debate acerca de su relación con Vini Jr. "Vinícius y yo tenemos una muy buena relación. Muchísimo mejor este año. Nos conocimos muchísimo mejor", afirmó el de Bondy. El próximo domingo, junto al periodista y exfutbolista argentino Jorge Valdano, el killer francés estará en exclusiva en Movistar Plus, donde concederá una entrevista que resolverá muchas de las dudas que sobrevuelan el ecosistema Mbappé y en la que parece que tratará múltiples temas sin tapujos.

El francés, siempre medido, deja claro que lo que se comenta en los medios de comunicación no siempre refleja la realidad de lo que ocurre en el vestuario de la entidad blanca. "La gente habla de nosotros por todo, pero no pasa nada. Tenemos el mismo objetivo, ayudar al Real Madrid a ganar títulos", afrimó el francés, quitándole importancia a los rumores sobre una posible rivalidad entre ambos.

Mbappé también fue contundente sobre cómo manejaría cualquier conflicto: "Cuando haya un problema grave, se lo diré. Y si es algo serio, la gente lo sabrá. Pero no es el caso". Palabras que quizás tranquilizan a más de uno, dejando claro que no hay ningún tipo de problema ante el brasileño y él y que juntos tienen un solo objetivo en mente, levantar títulos vistiendo la camiseta del Real Madrid.

Desde luego una entrevista a la que Kylian mbappé mostrará una vez más su lado más humano permitiendo a la gente conocer el verdadero futbolista que encandiló tanto a Florentino Pérez como a la afición madridista. Esta entrevista llega en el mejor momento de Kylian Mbappé vistiendo la camiseta del Real Madrid en la que lleva 9 tantos en 8 partidos de Liga, una cifra que supera el récord de futbolistas como Cristiano Ronaldo.

En Champions de futbolista francés no se queda corta con cinco tantos en dos jornadas de la competición europea. Aumento de luces al que con el paso de la jornada de Vinicius se está sumando y se está convirtiendo en un compatriota ideal para el francés. Desde luego una de las entrevistas más importantes que concederá mbappé desde su llegada al Real Madrid que podremos disfrutar de ella este mismo domingo en Movistar Plus.

GOAL



Parshva Shah | 09 oct 2025 22:15+02:00 0

K. Mbappe Vinicius Junior Real Madrid Primera División

Kylian Mbappé apunta a los medios por rumores sobre su relación con Vinícius Júnior en el Real Madrid

Mbappé desmiente rumores: asegura que no tiene problemas con Vinícius Jr. y culpa a los medios por exagerar su relación en el Madrid.

La temporada de estreno de Mbappé coincide con los problemas de conexión de Vini Jr.

Mbappé finalmente concretó su esperado traslado a Madrid en el verano de 2024, convirtiendo a los Blancos en uno de los equipos más temidos de Europa gracias a la prometedora dupla con Vinicius Jr. Sin embargo, los primeros meses de Mbappé en LaLiga fueron complicados y coincidieron con una sorprendente caída en el rendimiento de Vini. Los informes desde España sugerían que la relación entre ambos no era del todo “idílica”.



Mbappé tiene una 'muy buena relación' con Vinícius

En una entrevista con el exjugador y entrenador del Real Madrid Jorge Valdano para Movistar Plus, Mbappé declaró:

"Dos jugadores famosos en el mismo equipo venden mucho papel, generan muchas noticias. Tengo una muy buena relación con Vinicius, incluso mejor este año; nos hemos llegado a conocer mucho mejor. Es un gran jugador y, como persona, excelente."

"Sabemos que la gente habla de nosotros constantemente, pero compartimos el mismo objetivo: ayudar al Real Madrid a ganar títulos. Para lograrlo, debemos estar en nuestro mejor nivel y apoyar a todo el equipo."

Planeta Realmadrid

CURIOSIDADES

Mbappé habla alto y claro por primera vez sobre su relación con Vinicius: "Ahora no"

El francés Mbappé habla con Jorge Valdano y le explica su relación con Vinicius

Didac Aguirre 09 de Octubre de 2025 a las 21:5



Mbappé y Vinicius

Hay mucha gente que dice que Mbappé y Vinicius se llevan mal. Que hay una lucha de egos entre ellos y que es imposible que haya una buena relación.

La realidad se ve en el campo y es que sí se llevan bien e incluso muy bien. Pero por si había alguna duda, Jorge Valdano se lo ha preguntado directamente al francés.

Mbappé y Vinicius tienen "una relación muy buena"

"Dos jugadores famosos en el mismo equipo... esto vende mucho papel..." empezaba diciendo Mbappé en referencia a las especulaciones de la prensa.

Después, decía la realidad sobre su relación con Vini: "La verdad es que tengo una relación muy buena con Vinicius, muchísimo mejor este año, porqué nos conocemos muchísimo mejor."



Mbappé en la entrevista con Jorge Valdano en Movistar Plus

También quiso añadir: "Es un grandísimo jugador, y como persona, una muy buena persona."

Y para terminar el tema, Mbappé decía esto: "Al final, es normal. Lo sabemos que la gente va a hablar de nosotros, pero al final nosotros tenemos el mismo objetivo: jugar en el Real Madrid y ganar títulos, y yo pienso que si queremos ganar títulos tenemos que estar los dos a nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo."



Xabi Alonso tiene esta temporada la tarea de hacer que los dos funcionen juntos bien. El año pasado es cierto que Mbappé marcó muchos goles, pero Ancelotti no encontró la clave para el buen funcionamiento colectivo.

Este año, Xabi tiene que dar con la tecla para que los dos rindan de la mejor manera posible para el bien del equipo y del Real Madrid.

Si Mbappé sigue con la racha que lleva ahora, seguro que lo conseguirá y, Vinicius, ha empezado esta temporada también de una forma espectacular y con muy buenos números.

Mbappé habla por primera vez de su relación con Vinicius: "Este año es mejor"

Mbappé y Vinicius han convivido con los rumores sobre su relación tras la llegada del francés al Real Madrid

Diego Vargas 09 de Octubre de 2025 15:50



Mbappé habla por primera vez de su relación con Vinicius: "Este año es mejor"

Kylian Mbappé ha hablado sobre su relación con Vinicius en una entrevista para Movistar Plus con Jorge Valdano que será emitida el próximo domingo, pero de la que ya hemos podido ver algunos avances. El delantero francés analiza su supuesto enfrentamiento con Vinicius y deja claro por enésima vez que su relación es buena, dentro y fuera del campo, y que ambos tienen el mismo objetivo: ganar títulos con la camiseta del Real Madrid.

"Dos jugadores famosos en el mismo equipo venden mucho papel, se venden muchas cosas. La verdad es que tengo muy buena relación con Vinicius, muchísimo mejor este año porque nos conocimos muchísimo mejor. Es un grandísimo jugador y una muy buena persona", afirma Mbappé en esta entrevista, en la que opina que es normal que la gente especule sobre ellos: "Sabemos que la gente va a hablar de nosotros por

todo pero tenemos el mismo objetivo, ayudar al Real Madrid a ganar títulos", ha explicado.



En el avance de la entrevista concedida a Jorge Valdano, el '10' del Real Madrid explica que tanto él como el brasileño deben dar lo mejor de sí si quieren que el club consiga los objetivos: "Si queremos ganar títulos tenemos que estar los dos en nuestra mejor versión y ayudar a todo el equipo", ha desvelado.

Mbappé asegura que le parece lógico que se hable de la relación entre ambos y avisa, si de verdad hubiera algún problema entre ellos no se lo callaría: "Lo normalizo porque el día que tenga un problema grave voy a

decirlo y la gente me va a escuchar. Esto no es grave, es la vida de un futbolista famoso, la vida de un futbolista del Real Madrid".

Mbappé y Vinicius, cada vez mejor dentro y fuera del campo

Lo cierto es que la relación entre Mbappé y Vinicius ha mejorado en los últimos tiempos, no solo fuera del campo sino también sobre el terreno de juego. En el primer año de Mbappé les costó adaptarse pero Xabi Alonso está logrando encontrar el espacio para ambos en el equipo sin que se estorben.



Kylian Mbappé y Vinícius Júnior celebrando un gol.

La sociedad que forman juntos resulta temible para las defensas rivales y el pasado fin de semana, ante el Villarreal, pudimos ver una nueva comprobación de que no existe competencia alguna entre ellos. Mbappé cedió un penalti a Vinicius, a pesar de que él es el lanzador oficial del equipo, y posteriormente le dedicó unas bonitas palabras en redes sociales para apoyarle en un momento delicado de su carrera. El brasileño no lo está pasando bien desde que perdió el Balón de Oro, pero vuelve a haber brotes verdes.

Si ambos consiguen sacar su mejor versión en el Real Madrid, con el equipo que les rodea y con un entrenador valiente e inteligente como Xabi Alonso, el equipo puede alcanzar cotas muy altas tanto a nivel de juego como a nivel de éxito.

Mbappé sobre Vinicius: «Tenemos el mismo objetivo: ayudar al Real Madrid y ganar títulos»

Carlos Butragueño 9 octubre 2025 - 20:25



Angel Martinez/Getty Images

Gracias a Movistar Plus+ podremos vivir este domingo una de las entrevistas más importantes que dará Kylian Mbappé desde su llegada al Real Madrid

Kylian Mbappé ha hablado y lo ha hecho con claridad. En un adelanto de su entrevista con Jorge Valdano, la estrella del Real Madrid quiso apaciguar las aguas con respecto al persistente debate acerca de su relación con Vini Jr. "Vinícius y yo tenemos una muy buena relación. Muchísimo mejor este año. Nos conocimos muchísimo mejor", afirmó el de Bondy. El próximo domingo, junto al periodista y exfutbolista argentino Jorge Valdano, el killer francés estará en exclusiva en Movistar Plus, donde concederá una entrevista que resolverá muchas de las dudas que sobrevuelan el ecosistema Mbappé y en la que parece que tratará múltiples temas sin tapujos.

El francés, siempre medido, deja claro que lo que se comenta en los medios de comunicación no siempre refleja la realidad de lo que ocurre en el vestuario de la entidad blanca. “La gente habla de nosotros por todo, pero no pasa nada. Tenemos el mismo objetivo, ayudar al Real Madrid a ganar títulos”, afrimó el francés, quitándole importancia a los rumores sobre una posible rivalidad entre ambos.

Mbappé también fue contundente sobre cómo manejaría cualquier conflicto: “Cuando haya un problema grave, se lo diré. Y si es algo serio, la gente lo sabrá. Pero no es el caso”. Palabras que quizás tranquilizan a más de uno, dejando claro que no hay ningún tipo de problema ante el brasileño y él y que juntos tienen un solo objetivo en mente, levantar títulos vistiendo la camiseta del Real Madrid.

Desde luego una entrevista a la que Kylian mbappé mostrará una vez más su lado más humano permitiendo a la gente conocer el verdadero futbolista que encandiló tanto a Florentino Pérez como a la afición madridista. Esta entrevista llega en el mejor momento de Kylian mbappé vistiendo la camiseta del Real Madrid en la que lleva 9 tantos en 8 partidos de Liga, una cifra que supera el récord de futbolistas como Cristiano Ronaldo.

En Champions de futbolista francés no se queda corta con cinco tantos en dos jornadas de la competición europea. Aumento de luces al que con el paso de la jornada de Vinicius se está sumando y se está convirtiendo en un compatriota ideal para el francés. Desde luego una de las entrevistas más importantes que concederá mbappé desde su llegada al Real Madrid que podremos disfrutar de ella este mismo domingo en Movistar Plus.

EN MOVISTAR+

Kylian Mbappé: "Lamine Yamal tiene mucha pasión por el fútbol y no debe perderla nunca, aunque hablen de su vida personal"

Movistar+ emitirá este domingo una entrevista en exclusiva con el futbolista del Real Madrid, que responderá las preguntas de Jorge Valdano.



Javier Pastor Publicado el 09 oct 2025

Movistar+ emitirá este domingo una entrevista en exclusiva de Kylian Mbappé, en la que el futbolista del Real Madrid hablará con Jorge Valdano.

Este jueves el canal de televisión daba un pequeño adelanto en sus redes sociales donde el jugador francés habla de su relación con Vinicius. Y Juanma Castaño, en El Partidazo de COPE, ha presentado otro pequeño extracto en el que la estrella del conjunto blanco habla de Lamine Yamal.

"Yo pienso que se ve que él tiene la pasión por el fútbol y eso es la única cosa que no tiene que perder, la pasión por el fútbol", comentaba Mbappé.



Y añadía: *"La gente habla mucho de su vida personal y pienso que la gente tiene que dejarle en paz. Porque es un gran jugador de fútbol, pero es solo un chico de 18 años que también puede cometer errores. Él tendrá su propia experiencia de vida y sabrá lo que es bueno o malo para él".*

Para finalizar, Mbappé le deseaba mucha suerte al futbolista del FC Barcelona en su carrera y afirmaba: *"Solo tiene que mirar lo que hace en el campo y el resto de cosas no son importantes. Es un jugador con un gran talento y recorrerá su camino en el fútbol".*

TUDN

Kylian Mbappé

Mbappé manda contundente mensaje sobre Lamine: "Deben dejarlo en paz"

El jugador del Real Madrid destacó la pasión de Yamal por el futbol.

Por: Raúl Martínez.

Publicado el 10 oct 25 - 07:57 PM CST. Actualizado el 10 oct 25 - 07:57 PM CST.



Video Mbappé llena de elogios a Lamine y manda un mensaje

Kylian Mbappé llenó de elogios a Lamine Yamal y aprovechó para mandar un mensaje a los críticos del futbolista del Barcelona.

En entrevista para Movistar Plus +, el jugador del Real Madrid destacó la pasión de Yamal que tiene por el futbol y espera que nunca la pierda.

"Se ve que tiene mucha pasión por el fútbol y eso es la única cosa que no puede perder. El resto es su vida, y la gente habla mucho de su vida personal y pienso que la gente debe dejarlo en paz"

“Tienen que aceptar que en el futbol es un gran jugador, pero en la vida es un chico de 18 años. Con esa edad todo el mundo puede cometer errores, haces cosas bien o cosas mal... y al final, él va a tener su experiencia de vida. Sabrá lo que es bueno para él y al final hay que mirar lo que hace en el campo”

“Es un jugador que tiene un gran talento y hará el camino que él quiera. Mucha suerte a él”, mencionó Mbappé.

En la entrevista con Mbappé el futbolista francés también habló sobre la gran relación que lleva con Vinicius Jr. en el Real Madrid.

“La verdad es que tengo una relación muy buena con Vinicius, muchísimo mejor este año porque nos conocemos mucho más", mencionó Mbappé.





Ssoap opera "Sueños de libertad" draws more than a million daily viewers in Spain.

Flexible Flyers

How Spain's TV producers remain adaptable to global condition and tastes

By **EMILIANO DE PABLOS**

Spain's is rocking with its local TV fiction boom, but that is running mostly on one engine: the streaming services — far more than anywhere else in Europe. Yet the market is proving ever more flexible as players test new formulas to finance, launch and maintain hits.

In 2024, global streamers poured €2 billion ($2.2 billion) into Spanish original content — second only to the U.K. at €2.9 billion ($3.1 billion), and way above France and Germany (€8 million, $860 million each) or Italy (€7 million or $750 million), according to a recent European Audovisual Observatory report.

Nearly 70% of Spain's total content spend comes from streamers, compared to just 24% in France. That ratio defines the ecosystem.

Yet many of Spain's most resonant hits still originate with broadcasters. Diagonal TV's "Sueños de libertad," Atresmedia's leading daily soap, has just sold to Latin America via HBO Max, as did RTVE-Bambú's Emmy-winning telenovela "The Vow."

Financing increasingly relies on streamers, however, whose weight makes them unavoidable partners on most new projects.

"Today, we simply cannot launch a series without involving a platform in the equation," says Ghislain Barrois, CEO of Mediterráneo Mediaset España Group and Telecinco Cinema. "Costs are too high and the pressure on talent and crews is enormous. Platforms bring oxygen, but they also reshape the rules of the game."

Barrois adds, "We produce less so that we can push harder on promotion. The challenge isn't so much producing a show; it's making it stand out in a saturated market."

"Sueños de libertad," with 1.3 million daily viewers on Antena 3, also serves to illustrate the streamers' growing appetite for daily soaps. Beyond leading Spanish free-to-air afternoons, the series is also available on Atresplayer, Movistar Plus+ and Disney+.

"Our system of exploiting fiction is a 360-degree model, allowing the series' journey to be much longer and therefore more profitable," says Montse García, Atresmedia's head of fiction.

"Free-to-air fiction still has its audience. That level of loyalty is extremely difficult, which is why we're very proud," García adds. "They have to impact viewers on a higher level than series on platforms, because it means your audience has to tune in every day/week at a specific time."

Few projects reach the screen today without multiple partners across windows. "Padre no hay más que uno, la serie," an adaptation of Santiago Segura's blockbuster film franchise, is a case in point. Produced by Bowfinger Intl. Pictures with Sony Pictures Intl. Prods., Atresmedia and Prime Video, the family comedy shows how flexible Spanish players have become.

Mediterráneo's "La Favorita 1922," a period drama by Bambú, first aired on Mediaset España's Telecinco, then on Mediaset Infinity and Netflix. It pre-sold to more than 20 territories.

"From development to production, and the campaign around launch — it was a demonstration of confidence I hadn't seen in years," recalls Bambú founder Ramón Campos. "My conclusion is that we need shorter episodes, so watching doesn't feel like an effort."

Independent producers are adapting. "From the start, we worked almost entirely with originals," says Anxo Rodríguez, founder of Espotlight, producer of Prime Video's "Los Farad" and "Dime tu nombre," as well as "Un nuevo amanecer" for Atresplayer. "But budgets are bigger, and the market more saturated. Exploring licensing was the

Manuel Fiestas Moreno

Licensing involves more risk, but it returns the producer to their true role: taking creative and financial responsibility."
José Velasco

next step — for that, you need financial muscle and partners who are close to distribution."

ESpotlight's pact with Sony Pictures Television gives that cushion, offering first-look support and distribution muscle. "Packaging now resembles assembling indie films."

For Izen Group, part of France's Studio TF1, the math is similar. "Originals give visibility but limited margins," explains president José Velasco. "Licensing involves more risk, but it returns the producer to their true role: taking creative and financial responsibility."

Co-production is another answer — and Spanish players are leaning in. In the drama "Puberty," actress-writer-director Leticia Dolera ("Perfect Life") is backed by Distinto Films, Corte y Confección de Películas, Uri Films and 3Cat and Belgium's AT-Prods., with Beta Film handling sales, and HBO Max taking rights to Spain and Portugal.

Movistar Plus+ has teamed with Banijay's DLO Producciones and Arte France on Alberto Rodríguez's "The Anatomy of a Moment," while Alea Media's Aitor Gabilondo is partnering with Chile's Fábula to adapt Isabel Allende's "A Long Petal of the Sea."

The Mediapro Studio is co-producing "Raza Brava," the new series from Hernán Caffiero, alongside DeCulto, Atómica Group and Erik Barmack's Wild Sheep Content. Plano a Plano co-produces thriller "Innato" with L.A.'s Dynamic TV, set for Netflix Spain.

Meanwhile, Secuoya Studios is shooting "Arcadia" with ViX, William Levy Entertainment and SkyShowtime in Spain aboard. Eyeing Europe, Secuoya operates a first-look deal with the U.K.'s BlackBox Multimedia and a partnership with France's Sydney Gallonde.

Spain's sizeable tax breaks have drawn foreign shoots and strengthened the local industry. But execs stress regulation must keep pace.

"Spain needs not only attractive tax incentives but also legal certainty and flexible, competitive regulations across all areas — including labor — to remain a truly attractive production hub," says Sara Fernández-Velasco, Izen's CEO.



"El Conquistador" is headed to U.S. shores via TelevisaUnivision.

Cut the Drama

Nonfiction series and formats from Spain lightup global screens

By **EMILIANO DE PABLOS**

Spain's unscripted sector has found its reality. Once a secondary player in the unscripted arena, the country now boasts formats that dominate primetime and travel abroad.

Two forces explain the momentum: The Mediapro Studio's leap into global exports and RTVE's stronger bet on entertainment, reshaping public TV's role in unscripted.

At the same time, Atresmedia keeps ratings locked with quizzes and celebrity contests, Mediaset has doubled down on reality, and streamers such as Prime Video are testing fresh formats.

The result is a versatile, competitive and suddenly export-ready market.

Spain's new international presence rests above all on the Mediapro Studio, which was known for drama, but is now using unscripted to drive growth. "El Conquistador," born on Basque broadcaster EiTB and now in its 21st season, is traveling to the U.S. via TelevisaUnivision.

Quiz juggernaut "Atrápame si puedes," with more than 10,000 episodes across regional channels, is being packaged for a U.S. audience as "Catch Me If You Can," with seasoned producer-showrunner Anthony Carbone.

"Formats that travel need three elements: undeniable local success, a strong bible and solid production systems. And Spain's regional broadcasters have been our creative labs — big enough to dare with survival or quiz formats, small enough to refine them until they're export-ready," explains Amparo Castellano, head of nonfiction at the Mediapro Studio.

The company's nonfiction slate is expanding with survival competition series "Salvaxe," for Galician net TVG, social-factual comedy "400" for À Punt, nostalgia-driven "Timeless" for EiTB, Gen Z music contest "Ztanda" and digital-native adventure "Call Me When You Get There" for 3Cat.

For Castellano, alliances add a crucial dimension: "Partnerships with players like TelevisaUnivision are scale accelerators and a seal of approval for Spanish creativity."

She stresses that Spanish IP is not chasing global blockbuster ratings but aiming for adaptability: "Our shows are robust, mid-cost and flexible. That's a sweet spot for many buyers."

Public broadcaster RTVE is heavily investing in unscripted. "MasterChef" and "Maestros de la Costura" remain mainstays, while revivals such

Globomedia

as "Trivial Pursuit" and "Cifras y Letras" add a nostalgic edge.

The real push, however, is in fresh formats. "Cuánto, cuánto, cuánto" blends quiz and comedy. Already in its sophomore run, "La Revuelta" mixes humor and social bite. "Ordena tu vida," adapted from All3Media's BAFTA-nominated "Sort Your Life Out," is casting families, while "Hasta el fin del mundo," from BBC's "Race Across the World," delivers adventure across Latin America.

"International formats bring validation, but the real goal is to personalize them to Spain while also nurturing originals that mirror our society," says Miriam García Corrales, head of entertainment at RTVE's TVE. "Entertainment must amuse and deliver ratings, but it also has to carry values of diversity, respect and creativity."

That philosophy marks a shift: RTVE is no longer a cautious buyer but an active player in Spain's unscripted boom.

Private broadcasters remain central. Atresmedia dominates mainstream slots with "El Hormiguero," "Tu cara me suena," "Pasapalabra" and "El Desafío." Mediaset España thrives on reality tentpoles such as "Supervivientes," "Gran Hermano" and "La Isla de las Tentaciones." Its Cuatro channel adds investigative factuals like "Territorio Pampliega" and "Proyecto Sistiaga," while Mediaset Infinity leans into niches from MMA with "Warrior Games" to true crime with "New York Killers."

Streamers are stepping in. Prime Video launched Season 2 of "Operación Triunfo" Sept. 15, consolidating its role in digital music talent. Days later, it announced "Esto no es un dating," its first Spanish dating format.

Movistar Plus+ has opted for premium factual with titles like "Las Berrocal."

Spain's main advantage is its versatility: survival, talent, quiz, comedy and social formats that travel well, cost less than English-language rivals and adapt across platforms. That's becoming an attractive buyer proposition.



"La Revuelta" mixes humor and socal bite.

Auteur Ambition

Movistar Plus+ mines success through investment in top talent

By JOHN HOPEWELL



Movistar Plus+ is bringing thriller "The Center" to Mipcom.

Telefónica's Movistar Plus+, the biggest Spanish pay TV/SVOD operator, is having a stellar 2025.

In April, it became the first company in history to win the two top prizes at Series Mania, Europe's most important TV festival, with Alauda Ruíz de Azúa's drama "Querer" and Diego San Jose's thriller "Celeste," the latter produced with the Mediapro Studio.

One month later, at the Cannes Film Festival, Oliver Laxe's "Sirât," another Movistar Plus+ original, took the Jury Prize. And in September, "Sundays," a feature from Ruiz de Azúa, walked off with its top Golden Shell at the San Sebastián Film Festival.

One guiding principle of Movistar Plus+ is to attract key auteurs, such as Rodrigo Sorogoyen, Laxe and Ruiz de Azúa, by making shows and movies at the level of ambition that their works require and very few operators can afford.

An example is another title that sparked rave reviews at San Sebastián and now figures as the Movistar Plus+ flagship at Mipcom is "The Anatomy of a Moment," produced by Movistar Plus+, Banijay Iberia's DLO Producciones and Arte France.

It's a "portrait of power and freedom, or at least how to maintain freedom for the future," director Alberto Rodríguez ("The Plague") tells *Variety*. The series depicts three figures who wrestled democracy for Spain over 1976-81 in all their grandeur, contradictions and traumas: Adolfo Suárez, Spanish prime minister who was a genius of persuasion; Santiago Carrillo, head of the Spanish Communist Party, whose principles he betrayed to secure its legalization; and armed forces chief Manuel Gutiérrez Mellado, hell-bent on a modernization of an army whose most retrograde elements staged a coup d'état in 1981, storming Spain's congress. These are figures, says Rodríguez, of "Shakespearean stature."

"'Anatomy of a Moment' is a series about brave people, told in an exquisite manner," says Jorge Pezzi, Movistar Plus+ director of fiction and alliances. "In the society we live in, it's an example of characters who are politically so different that can sit at a table and arrive at agreement. We now seem to be losing the power to live with differences."

Shot with cinematographic flair, "Anatomy of a Moment" also features a trenchant voiceover explaining intricacies of characters and historical through-lines, which seeks to make it broad audience entertainment.

That reflects a broader push at Movistar Plus+.

"Movistar Plus+ has its own marked, consolidated brand of prestige premium product. Still betting on this legacy, which has been built up so well in the past, we aim to grow in the future broadening Movistar Plus+' focus," Daniel Domenjó, Movistar Plus+ CEO, says.

That means a drive into more mainstream entertainment, which includes "crossover fictions where auteurist vision meets broader, often thriller-leaning storytelling," says María Rua Aguete at media analyst Omdia.

Two such series also head Movistar Plus+'s Mipcom slate.

"More of a psychological thriller than horror piece," says Pezzi, "The Nameless," created for Filmax by Pau Freixas ("The Red Band Society"), adapts the same-named cult novel by Ramsay Campbell. It turns on a mother recovering from the abduction and murder of her daughter, until she receives a phone call from a girl calling her "Mummy." The series builds to an act of hauntingly heinous evil.

Fast-paced, fulsomely budgeted and ranging from Strasbourg to El Salvador, espionage thriller "The Center" is created by rising Spanish scripted star David Moreno, whose "The Immortal" played Canneseries. It lifts the lid on the hidden world of Spain's National Intelligence Center (CNI) as it races to unmask a traitor and counter Russia-led conspiracy.

CNI opened its doors for Movistar Plus+. That lends the series "an air of verisimilitude," says Pezzi.

Movistar Plus+: Sandra Casado



"The Anatomy of a Moment" is one of Spain's biggest series at Mipcom.

Title Town

Buzzy shows at Mipcom from Spain's production shingles

By ANNA MARIE DE LA FUENTE, JOHN HOPEWELL

The Anatomy of a Moment
Movistar Plus+, DLO Producciones, Arte France

Told as a fictionalized high-stakes thriller, a profile of three real-life figures of Shakespearean stature — prime minister Adolfo Suárez, Communist Party head Santiago Carrillo and army chief Manuel Gutiérrez Mellado — who won democracy for Spain over 1976-77. Directed by Alberto Rodriguez ("The Plague").

La Agencia
Good Mood (Mediawan), Mediterráneo, Mediaset España

A Mediterráneo banner show adaptation of French blockbuster series "Call My Agent!" from Good Mood, a Mediawan company headed by vet Daniel Écija ("Médico de Familia," "I'm Alive"). Directed by David Molina Encinas ("Locked Up") from scripts by Victor Pedreira, writer of "Wrong Side of the Tracks" and co-creator of "Law of the Sea."

The Center
Movistar Plus+

Lifting the lid on the hidden world of Spain's National Intelligence Center (CNI), "The Center" weighs in as a plush, fast-paced, globe-trotting espionage thriller. Written and created by rising scripted star David Moreno whose "The Immortal" played Canneseries.

The Crossroad
Secuoya Studios, Ay Yapim, Atresmedia

This adaptation of Turkish hit "Brave and Beautiful" is the first fruit of a Secuoya alliance with Turkey's Ay Yapim, announced at 2023's Mipcom.

Cuquin
Anima Kitchen

Developed by Cartoon Network and the Canary Island-based Anima Kitchen, famed for "Cleo & Cuquin," which sold worldwide. The 3D pre-school animated series turns on the fun adventures and made-up games of friends Cuquin, Clementina and Cyan.

La Frontera
RTVE, Par Producciones

Set in 1987, the series follows a Guardia Civil captain who uncovers an imminent ETA attack in Paris. Created by David Zurdo ("Seve"), Luis Marías ("Wave of Crimes") and directed by María Pulido ("La familia Mata") and Yolanda Centeno from script by Marías.

Innate
Plano a Plano Bilbao

Psychologist Sara (Elena Anaya) rebuilds her life as her father, a notorious killer, is released from prison. Produced with Los Angeles-based Dynamic Television ("Drops of God"); Netflix acquired for Spain.

Jakarta
Movistar Plus+, 100 Balas (the Mediapro Studio), Buendía Estudios Canarias

Six-part dramedy follows a washed-up ex-Olympic badminton player (Javier Cámara) and a gifted



"Jakarta" follows a washed-up badminton player and a teenager chasing her dreams.

Movistar Plus+ (2)

teen chasing glory in Jakarta. "This series is our tribute to all those people who lose even when they win," says creator Diego San José ("Celeste").

The Loser Takes It All
Satisfaction Iberia, El Clan

Game show where contestants win by being the worst. Challenges test a lack of physical skill, intuition, talent and speed; from Satisfaction Iberia ("The Floor").

The Maid's Daughters
Atresmedia, Buendía Estudios

A big period drama set in 1900 Galicia, where characters are caught in a web of revenge, heartbreak and a mother's protection of her child's future. Menna Fité ("Welcome to Eden") and Alejo Flah ("The Courier") direct.

Memento Mori 3
Zebra Producciones (iZen Group)

Augusto seeks revenge while Inspector Sancho delves into his mind in the four-part third season of the thriller. Directed by Marco A. Castillo ("Drug Squad: Costa del Sol") and Fran Parra ("Desaparecidos," 2020), starring Yon González ("Velvet. El Nuevo Imperio").

Mouths of Sky
EiTB, RTVE Play

Sold by Filmax and a sequel to "Mouths of Sand," the series, which premiered at this year's San Sebastián Festival to a warm reception, is a slice of Basque noir, directed once more by Koldo Almandoz and starring "Querer's" Nagore Aranburu.

No Filters
3Cat & Vértigo Films

A fiction series exploring cyberbullying, sextortion and online manipulation. A first series for directors Sandra Reina, Jiajie Yu Yan and "Nudes" writer Ainhoa Bolaños that premieres later this year.

Not for Sale
Filmax

A flagship title re-teaming "Saturn Return" creators Pol Rodríguez and double Golden Shell winner Isaki Lacuesta, produced for HBO Max Spain & Portugal. "Sale" follows a beloved family restaurant in Barcelona's Raval that faces destruction by a corrupt real estate fund.

Raza Brava
DeCulto, Atómica, Wild Sheep Content, the Mediapro Studio

Teaming Erik Barmack's Wild Sheep and celebrated Chilean director Hernán Caffiero ("The Suspended Mourning"), series tells the tale of a man who comes to lead soccer-fan gang barra brava at Chile's Colo-Colo, but loses his soul. "It is a tale born in Chile, yet it resonates anywhere that sport and popular identity become a mirror of life itself," says Caffiero.

Shades
Secuoya Studios, Stellarmedia

SkyShowtime's second locally commissioned original in Spain marking Elsa Pataky's return to Spanish TV. Directed by co-creator Sergio Cánovas, this vineyard-set psychological thriller has sold to Latin America via Universal+ and German-speaking Europe, via AXN White.



"Vanished" is a hit in Spain.



"The Maid's Daughters" is a period drama set in 1900.

Sin Gluten
RTVE, Onza, Prime Video

Eight-episode comedy follows Ricardo, a Michelin-starred chef who finds new purpose teaching diverse, socially at-risk students. Directed by Araceli Álvarez De Sotomayor ("Alpha Males"), who co-wrote/created with Javier Aguayo ("La que se avecina") and Germán Aparicio ("When No One Sees Us").

Time Out
3Cat, El Terrat (the Mediapro Studio)

A doc feature turning on the disappearance of Charles Thomas, a 1970s African American basketball star in Spain. A big hit this March at the Málaga Festival.

Vanished
Mediterráneo, Zebra Prods, Pausoka, Netflix Spain

A groundbreaking YA Netflix hit in Spain, "Vanished" was shot in both Basque and Spanish, charting a missing teen mystery set in a rural Basque town, with Basque pubcaster EiTB and Netflix sharing rights

Vulnerables
Onza

A three-part series produced for Atresmedia, "Vulnerables" explores youth issues such as eating disorders, suicide and sexual violence. Directed by Gustavo Ron and Gonzalo Sagardia.

What Are You Waiting For?
Atresmedia, DeAPlaneta, Diagonal TV, Buendía Estudios

Can, a pilot forced into marriage, meets Sonia, who shares his passion for freedom. An eight-episode drama, the series debuted last October on SVOD service Atresplayer.

Buendía Estudios Canarias; Pausoka Entertainment


International
R7.N7
DIRECTED BY ALBERTO RODRÍGUEZ
ÓSCAR DE LA FUENTE / DAVID LORENTE / JUANMA NAVAS
BASED ON THE BOOK BY JAVIER CERCAS
SSIFF
Donostia Zinemaldia
Festival de San Sebastián
International Film Festival
CINEMA
ROME
FILM FEST 2025
FREESTYLE
original
THE ANATOMY OF A
MOMENT
SPAIN ON THE EDGE OF THE ABYSS
EN ASOCIACIÓN CON
arte


International
R7.N7
DIRECTED BY ALBERTO RODRÍGUEZ
MANOLO SOLO / ÁLVARO MORTE / EDUARD FERNÁNDEZ
BASED ON THE BOOK BY JAVIER CERCAS
LEY FUNDAMENTAL DE LA MONARQUÍA ESPAÑOLA
SSIFF
Donostia Zinemaldia
Festival de San Sebastián
International Film Festival
CINEMA
ROME FILM FEST 2025
FREESTYLE
original
THE ANATOMY OF A MOMENT
SPAIN ON THE EDGE OF THE ABYSS
EN ASOCIACIÓN CON
arte



M+ International

R7.N7

SSIFF
Donostia Zinemaldia
Festival de San Sebastián
International Film Festival

CINEMA
ROME
FILM FEST 2025
FREESTYLE

original M+

THE ANATOMY OF A MOMENT

SPAIN ON THE EDGE OF THE ABYSS

DIRECTED BY ALBERTO RODRÍGUEZ

ÁLVARO MORTE / EDUARD FERNÁNDEZ / MANOLO SOLO

BASED ON THE BOOK BY JAVIER CERCAS

2Playbook

La NFL se alía con Mediaset España para emitir en abierto la Super Bowl y 18 partidos más

El grupo televisivo ofrecerá en Cuatro y Mediaset Infinity los principales encuentros de la liga estadounidense, incluido el NFL Madrid Game 2025 en el Bernabéu y la Super Bowl LX.



2Playbook 9 de octubre de 2025

La Super Bowl se podrá ver en abierto en España. Mediaset ha alcanzado un acuerdo con la NFL para poder emitir la final del campeonato y 18 partidos más, incluyendo el que se celebrará en el Santiago Bernabéu de Madrid.

La retransmisión en televisión se articulará a través de Cuatro, que ofrecerá el Sunday Night Football cada domingo, además de tres partidos de los *play-offs* y la Super Bowl, que se disputará el 8 de febrero en el Levi's Stadium de Santa Clara (California), con la actuación ya anunciada de Bad Bunny en el descanso.

El canal emitirá también el NFL Madrid Game 2025, programado para el 16 de noviembre. Será el primer encuentro oficial de la liga en España y enfrentará a los Miami Dolphins y los Washington Commanders.

Por su parte, Mediaset Infinity ampliará la oferta con 19 encuentros, incluidos los tres partidos europeos (en Londres y Berlín), uno del Día de Acción de Gracias y tres choques de los *play-offs*, además de todos los que se emitan en *simulcast* en Cuatro.

Expansión

10 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,48
AVE: 10629 €
ÁREA: 302 CM² - 53%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 18863
OTS: 113000
SECCIÓN: PORTADA



De Netflix a Apple: la batalla por el deporte en directo

AUDIENCIAS Las grandes tecnológicas se lanzan a por los derechos de los eventos en vivo.

E. S.Mazo. Expansión

Sin *spoilers*, los deportes en vivo se refuerzan como el único contenido capaz de reunir grandes audiencias en directo, lo que ha elevado el coste de las retransmisiones. Las cadenas tradicionales lo saben muy bien, y de ellas llevan tiempo aprendiendo los nuevos jugadores digitales, que ahora amplían su apuesta por los eventos en directo.

Netflix podría dar el siguiente golpe sobre la cotizada mesa, pues baraja pujar por los derechos de la Champions League. Su plan pasa por emitir un encuentro por ronda en el marco de la próxima renovación de los acuerdos de retransmisión de la UEFA, que abarcará de 2027 a 2033, según avanza *The Times*. En ese nuevo concurso, el rector del fútbol europeo ha extendido la alfombra roja a las plataformas con una propuesta muy novedosa para el deporte rey que incluiría una nueva categoría de derechos globales exclusivos que podrían ser adquiridos por los gigantes del *streaming*.

Todo ello con el foco de no perder recaudación, pues aspira a ingresar unos 5.000 millones en derechos de retransmisión y patrocinios con las competiciones de clubes. Sería un récord y un importante repunte respecto a los 4.400 millones previos.

La iniciativa no es exclusiva de la UEFA, pues la estrategia de las grandes competiciones se encamina en los últimos años a fortalecer su presencia digital y ampliar el alcance global de sus competiciones, en un contexto donde el consumo audiovisual migra rápidamente hacia las plataformas en línea.

Reparto

Aquí se enmarca la apuesta de Netflix, la empresa de medios más grande del mundo, que con su salto a la Champions reforzaría una cartera cada vez más amplia: cuenta con derechos de retransmisión exclusivos en EEUU y Canadá para la Copa Mundial femenina de la FIFA en 2027 y 2031, partidos de Navidad de la NFL, el Six Kings Slam de tenis, el Opening Game Day de la MLB estadounidense y del World Baseball Classic 2026 en Japón, producciones como el duelo entre Nadal y Alcaraz o emisiones de múltiples eventos de boxeo, entre otros activos. Es, así, un *player* cada vez más relevante en el deporte en vivo, donde, además de Amazon (el minorista más grande del planeta) y Apple (la mayor tecnológica), compiten Google (el rey de la publicidad global) o DAZN, el titán del streaming deportivo.

Entre ellas, ya en 2022, Apple TV+ saltó a los titulares al hacer su primera incursión en el fútbol en directo mediante un acuerdo de diez años con la MLS por valor de 250 millones de dólares al año en su mayor compra de derechos deportivos.

Seguía la estela de la alianza con MLB para retransmitir en exclusiva un doble partido en la jornada del viernes, en una liga donde compite con Amazon, dueña de la noche de los jueves. Un año más tarde, se reveló que la firma de la manzana estudia invertir 2.000 millones de dólares para hacerse con los derechos en exclusiva de la Fórmula 1 según vayan caducando los contratos en vigor, lo que se podría dilatar hasta 2028. El importe prácticamente duplica al valor vigente a nivel mundial de los derechos del Gran Circo. Su primera conquista podría ser Estados Unidos, donde medios especializados señalan que habría cerrado ya un acuerdo por 150 millones anuales, frente a los 90 millones que paga hoy ESPN, que no puede invertir como hacía cuando el cable llegaba a 100 millones de hogares.



La NFL es un jugoso negocio para plataformas como Amazon, YouTube y Netflix.



La Champions, que ya emite Amazon, es una de las joyas en derechos deportivos.

Los contenidos en directo ganan valor por su capacidad para atraer grandes audiencias

Amazon es la más consolidada en deporte gracias a los derechos de la NFL y la NBA

España

En otros acuerdos recientes, Amazon Prime Video se estrena este año ofreciendo la NBA, que ha triplicado sus derechos anuales tras romper su histórica alianza con Warner Bros Discovery. Ya tiene experiencia con partidos de Premier League en el Reino Unido o con la Champions, pues transmite el primer partido por ronda en Alemania, Italia, el Reino Unido e Irlanda. Al tiempo, YouTube, propiedad de Google, ha entrado en los deportes en vivo con la NFL, mientras que Disney llegó a un acuerdo para transmitir todos los partidos de la Champions femenina.

Otro rival cada vez más fuerte es DAZN, que el año pasado marcó un récord en fútbol con los derechos del Mundial de Clubs, por los que también pujó Apple, en un contrato valorado en 1.000 millones. Su apuesta ha continuado con la NFL, la ACB o la NBA, antes en manos de Movistar Plus+, con quien comparte LaLiga. Al menos, lo hace durante el ciclo actual, porque en España la pugna entre operadoras y plataformas por el deporte en vivo sigue agitando el mercado audiovisual. Por el momento, Movistar Plus+ continuará apostando por el fútbol español, mientras que ayer Mediaset anunció que emitirá en abierto los principales partidos de la NFL, incluido el encuentro que se disputará en Madrid en noviembre.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 43
AVE: 50500 €
ÁREA: 268 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 108296
OTS: 758000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

10 Octubre, 2025



El Barcelona se aleja de la Superliga y se acerca a la UEFA

Laporta se ofrece como mediador después de ser invitado a la cumbre de los clubes

RAMON BESA
Barcelona

El invitado Joan Laporta, presidente del FC Barcelona, se convirtió en el protagonista de la asamblea anual de clubes, la antigua ECA convertida en EFC (European Football Clubs), celebrada el pasado miércoles en Roma, cuando se ofreció como mediador-pacificador del conflicto entre la UEFA y la Superliga. El presidente azulgrana aboga por alcanzar un acuerdo después de proclamar que es partidario de que el Barça vuelva a formar parte de la confederación europea y, consecuentemente, se aleje del torneo que ahora abandera prácticamente en solitario Florentino Pérez, presidente del Real Madrid. Laporta entiende que se impone un cambio de dirección para favorecer los intereses del Barcelona.

Los aliados del mandatario barcelonista son ahora dos de sus antiguos enemigos como Nasser Al-Khelaifi, presidente de la EFC y del Paris Saint Germain, y Aleksander Ceferín, presidente de la UEFA. Ya ha caducado la foto tomada en el restaurante Botafumeiro de Barcelona el 7 de agosto de 2021 en la que formaban Laporta, Florentino y Andrea Agnelli, presidente de la Juventus, como defensores de la Superliga. La imagen tuvo entonces su impacto porque se produjo poco después de que el presidente barcelonista, que acababa de volver al cargo ese año, comunicara la salida de Leo Messi y el rechazo al acuerdo propuesto por la Liga con el fondo de inversión CVC. La firma con la entidad presidida por Javier Tebas habría supuesto precisamente la continuidad del 10 argentino en el Barça.

También han mejorado las relaciones del Barcelona con Tebas. "Jugaremos donde diga la Liga", afirmó Laporta cuando fue preguntado por el partido Villarreal-Barça previsto para el 20 de diciembre en Miami. Tampoco parece que se vaya a oponer la UEFA. Al presidente azulgrana le ha interesado ganarse la confianza de Ceferín después del distanciamiento abierto en la final de Berlín 2015, cuando el club fue sancionado por la exhibición de banderas *estelades,* para tener una mayor flexibilidad sobre el escenario en el que el Barça disputa la Champions —de momento en Montjuïc— y obtener una rebaja sustancial de la multa recibida por el incumplimiento de las normas del juego limpio financiero —de 60 a 15 millones—.

"Ya sabéis que estamos en la línea de tender puentes entre la Superliga y la UEFA", insistió Laporta a su regreso de la cumbre de clubes en Roma a la que fue convidado y especialmente bien recibido por Al-Khelaifi, el mismo que pagó la cláusula de rescisión de 222 millones por Neymar cuando era jugador azulgrana y después incorporó a Messi. "El Barça tiene una posición clara y ya la saben los afectados y quien corresponde", subrayó en referencia al Real Madrid. "Estamos por la pacificación y porque los clubes que están en la Superliga regresen a la UEFA. Nosotros nos sentimos muy cerca de la UEFA y de la EFC", añadió el presidente del Barça en un acto de la Fundación Cruyff que tuvo lugar en la Mar Bella de Barcelona.

Las discrepancias de la UEFA con la antigua ECA de la que se salió el Barcelona parecen haber pasado a la historia con el nuevo formato de la Champions y el acuerdo firmado para la mejora sobre la gestión de derechos, patrocinios y licencias con vigencia desde 2027 a 2033.

Las palabras de Laporta y el tono de la reunión de la EFC han causado sorpresa en A22 Sports Management, promotora del proyecto de la Superliga Europea. Ambas partes se han venido reuniendo en los últimos ocho meses con representantes del Madrid y del Barça con la presencia del secretario general, Teodoros Todiris, por mandato de Ceferín. Las posturas se acercaron tanto que incluso se habló de una plataforma global gratis de emisión por televisión de los partidos y de un formato más novedoso de 36 clubes divididos en dos grupos para la nueva Champions.

Laporta siempre mantuvo una postura más flexible que Florentino Pérez para llegar a un acuerdo, de manera que los resultados de la cumbre de Roma parecen avalar la tesis del presidente del Barcelona a la espera de que se pronuncie la Superliga. El *caso Negreira* ha reabierto las discrepancias entre el Madrid y el Barça después de que la figura de Florentino haya sido importante para que el Barça encontrara fórmulas para la financiación del Spotify Camp Nou y no interfiriera en las inscripciones de jugadores barcelonistas en la Liga de Fútbol Profesional.

Tampoco hay que olvidar que la estrategia de Laporta puede estar condicionada por las elecciones presidenciales que están previstas para 2026. El presidente azulgrana, que ya anunció que se presentará a la reelección, afrontará de momento el domingo día 19 una asamblea de socios compromisarios en la que se supone se debatirá a fondo sobre la delicada situación económica en la que se encuentra el Barcelona.



Joan Laporta con Nasser Al-Khelafi, el miércoles en Roma. EFE

"Ya sabéis que estamos en la línea de tender puentes entre ambas partes"

El presidente aclaró que su posición ya es conocida por Florentino Pérez

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 35055 €
ÁREA: 359 CM² - 57%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

10 Octubre, 2025



Barça El presidente Joan Laporta confirma su nuevo posicionamiento

"Estamos por pactar para volver con la UEFA"

ANAÏS MARTÍ HERRERO
Barcelona

Sentado junto a Naser Al Jelaifi, presidente del PSG, como su gran invitado y compartiendo una gran sintonía. Así se mostró Joan Laporta, presidente del FC Barcelona, en Roma, lugar en el que se celebró el miércoles la asamblea anual de la EFC –la antigua ECA–, de la que el Barça volverá a formar parte. Allí, Laporta aseguró que la intención del club azulgrana, de momento alineado con el Real Madrid en la creación de una hoy frágil Superliga, "es que haya un acuerdo y poder volver a la UEFA". A su lado sonreía el presidente del PSG. "Laporta es un amigo de hace tiempo. A veces los amigos pueden no estar de acuerdo con nosotros, tener discrepancias, pero luego se encuentra una solución. Quiero darle las gracias por volver a esta familia", declaró.

Se trata de un movimiento y unas declaraciones que alejan al presidente y al Barcelona del proyecto de la Superliga, anunciado el 18 de abril del 2021. Ese día, doce clubs europeos –entre ellos Real Madrid, Barcelona y Juventus– presentaron la creación de la European Super League (ESL), una competición privada que pretendía sustituir parcialmente la Champions y que supondría una inyección económica de 3.500 millones de euros a repartir.

La iniciativa generó una enorme reacción negativa por parte de aficionados, federaciones y la propia UEFA. En apenas 48 horas, la mayoría de los clubs ingleses y varios italianos y españoles se retiraron del proyecto. Real Madrid y Barcelona resistieron, y en diciembre del 2023 el Tribunal de Justicia de la Unión Europea dictaminó que la UEFA y la FIFA abusaron de su posición dominante al impedir la creación de competiciones alternativas como la Superliga bajo amenaza de sanciones. No se declaró que la Superliga fuera legal o aceptada, solo que las normas de UEFA y FIFA eran contrarias al derecho de la competencia europea, lo que abría la puerta legal a que los promotores de la Superliga volvieran a presentar una competición abierta con hasta tres divisiones compuestas por 64 clubs, cuyo sistema de clasificación estaría basado en su desempeño en las competiciones nacionales.

Sin embargo, la Premier League insistió en su rechazo a la competición, y el Gobierno británico aprobó en julio una reforma del fútbol inglés pionera que, entre otras medidas, pretende prohibir a los clubs adherirse a competiciones externas a la UEFA, la FIFA y la propia Premier League.

En cambio, la UEFA cambió el formato de la Champions ya el curso pasado y aspira a implementar variantes, tanto a nivel deportivo como comercial, a partir del 2027, que convencen a los clubs. "El Barça tiene una posición muy clara. Queremos llegar a un acuerdo con la UEFA; hay un espacio a recorrer. Los clubs de la Superliga queremos volver. Nos sentimos próximos a ella y también a la EFC, la antigua ECA", insistió Laporta, que tras aterrizar de Roma acudió ayer a la playa de la Mar Bella, en Barcelona, para atender su habitual compromiso con la Fundación Johan Cruyff.

Mientras, en Roma, Al Jelaifi insistió: "No necesitamos ninguna otra competición nueva. Hoy tenemos la mejor y con formatos aún mejores. Eso es lo que queremos y es lo que, hasta ahora, el Barcelona quiere", añadía muy sonriente el presidente del PSG, que incluso le abrió las puertas de regreso al Real Madrid: "Somos una familia. Queremos que todos vuelvan. También el Real Madrid", insistió.

Cabe recordar que en los despachos de A22, empresa organizadora de la Superliga, siempre mantuvieron que el primer contrato vinculante, de 200 páginas, que firmaron los doce clubs sigue vigente. Nadie ha saltado del barco porque no han pagado a Sixth Street –el fondo de inversión estadounidense que ejerce de prestamista en el proyecto– la penalización millonaria de 300 millones que les permitiría desvincularse de una competición que, al menos por ahora, se queda en un cajón.●

Pase de temporada para Montjuïc y Camp Nou

El Barcelona puso ayer a la venta el nuevo abono para lo que resta de la temporada 2025-2026, que incluirá los partidos de Liga, Copa del Rey y Champions que se disputen en el Estadi Olímpic y en el Camp Nou. El abono entra en vigor el 18 de octubre, ante el Girona, y no incluirá el partido del 21 contra el Olympiacos en la Champions, cuyas entradas ya están a la venta. Los precios oscilan entre 1.092 euros en tribuna y 420 euros en el gol. El plazo de compra finaliza el 13 de octubre, con un período de venta preferente de 24 horas para los abonados a Montjuïc en las dos últimas temporadas. Hoy, la venta se abrirá al resto de socios que tuvieran abono en alguno de esos dos cursos.



ECA

El presidente del Barcelona, Joan Laporta, en la cena con la UEFA en Roma junto a Naser Al Jelaifi

"Hay un espacio y un diálogo para volver. Nos sentimos próximos también a la antigua ECA", afirma Laporta

"Somos una familia. Queremos que todos vuelvan. También el Real Madrid", insiste Al Jelaifi

Expansión

PAÍS: España
PÁGINAS: 48
AVE: 2407 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 18863
OTS: 113000
SECCIÓN: DIRECTIVOS

10 Octubre, 2025


DIRECTIVOS / DEPORTE Y NEGOCIO
De Netflix a Apple: la batalla por el deporte en directo



Joan Laporta, presidente del FC Barcelona.

El Barça se aleja de la Superliga de fútbol

Expansión. Madrid

Golpe para la Superliga. El presidente del FC Barcelona, Joan Laporta, aseguró ayer que "todos" los actores del fútbol europeo están en la línea de "llegar a un acuerdo" que "pacifique" las disputas entre la UEFA y la European Football Clubs (EFC, antigua ECA, siglas de European Club Association) con el proyecto de la Superliga, del que el club azulgrana aún forma parte junto al Real Madrid. "Creo que hay un espacio a recorrer juntos, tanto la Superliga como la UEFA, para que los clubes que estamos en la Superliga regresemos a la UEFA. Nosotros vemos que este acuerdo iba progresando y esperamos que se cumpla, pero el Barça se siente muy próximo con lo que es la UEFA y la ECF", aseguró el directivo catalán.

El presidente azulgrana fue recibido el miércoles a su llegada a Roma con un efusivo abrazo por Naser Al-Khelaifi, presidente de la EFC y del PSG, y acudió por la noche a la cena de gala del evento, en la que también se encontró con Aleksander Ceferin, presidente de la UEFA. Tras el encuentro, Al-Khelaifi aseguró ayer que la Superliga estaba "muerta antes de su inicio" y dio por sentada la vuelta de Joan Laporta y del Barcelona a la asociación europea. "No necesitamos ninguna otra competición, no tenemos la mejor competición de clubes y con formatos nuevos aún mejores. Eso es lo que queremos y es lo que hasta ahora el Barcelona quiere. Veremos lo que pasa después", concluyó el directivo catarí.

EL ESPAÑOL



Bernd Reichart, CEO de la Superliga, y Aleksander Ceferin, presidente de UEFA Diseño: Deportes EE

FÚTBOL

UEFA confirma la negociación con A22, la promotora de la Superliga, y sigue rechazando cualquier acuerdo

- El organismo europeo reconoce reuniones con los impulsores del proyecto pero mantiene su negativa a modificar el formato actual de la Champions.

David Vicente 9 octubre 2025

La UEFA ha reconocido públicamente que mantiene reuniones con A22 Sports Management, promotora del proyecto de la Superliga Europea, aunque descarta cualquier posibilidad de acuerdo o modificación del actual formato de la Champions League.

Las conversaciones, según ha desvelado la agencia AFP, llevan celebrándose desde hace varios meses sin que se haya producido ningún avance concreto.

El reconocimiento oficial llega tras las declaraciones de Joan Laporta, presidente del FC Barcelona, quien abogó por "un acuerdo con la UEFA" para lograr la "pacificación" del fútbol europeo.

Una postura que contrasta con la firmeza del organismo continental, que ha reiterado su negativa rotunda a cualquier cambio en la estructura de sus competiciones.

Desde A22 se insiste en que el diálogo con UEFA sigue abierto, aunque sin avances significativos por el momento.

La empresa promotora defiende que, antes de lanzar una competición independiente, ha querido tender la mano a las instituciones proponiendo un modelo reformado de la Champions League.

Además, mantienen su propuesta de una plataforma de retransmisión gratuita, con el objetivo de modernizar el sistema sin romper con el marco organizativo actual.



Imagen promocional de la Liga UNIFY

La versión que plantea A22, que ha rebautizado su iniciativa como Unify League, dista del proyecto original de 2021, que pretendía crear una competición semi-cerrada.

Ahora propone una fase inicial con dos grupos de 18 equipos, partiendo del formato actual de 36 participantes, con los mejores clasificados avanzando a dieciseisavos de final.

Los responsables de A22 argumentan que su propuesta permitiría incrementar significativamente los ingresos del fútbol europeo, hoy por hoy muy por debajo de los generados por otros deportes como el fútbol americano o el baloncesto profesional en Estados Unidos.

"Esta propuesta de innovación está sobre la mesa. Ahora bien, si la UEFA decide rechazarla por motivos que solo ella conoce, tendremos que hacer cumplir las decisiones judiciales", ha advertido un portavoz de A22, en referencia a las sentencias favorables obtenidas en los últimos años en tribunales europeos.

La legitimidad del proyecto

Uno de los pilares de A22 en estas conversaciones es la sentencia dictada en mayo de 2024 por un tribunal español, que determinó que la UEFA y la FIFA habían abusado de su posición dominante al intentar impedir la creación de competiciones alternativas.

Esa resolución se suma a la decisión del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, que en diciembre de 2023 abrió la puerta a que los clubes organicen sus propios torneos sin la necesidad de autorización previa de las instituciones futbolísticas.

En este contexto, A22 presentó en diciembre de 2024 una solicitud formal ante la FIFA y la UEFA para el reconocimiento oficial de la Unify League.



Formato de la Liga Unify

Aunque hasta el momento no ha obtenido respuesta positiva, los impulsores del proyecto consideran que tienen plena legitimidad legal para impulsarlo si las instituciones no ceden.

Por primera vez, la UEFA ha confirmado que su secretario general, Theodore Theodoridis, se ha reunido en varias ocasiones con Anas Laghrari, representante de A22.

Sin embargo, el organismo presidido por Ceferin ha dejado claro que "ningún acuerdo formal ha resultado de esas conversaciones" y que no existe "ninguna intención de modificar el formato de la Champions League".

Este cierre en banda de la UEFA contrasta con el discurso conciliador expresado en los últimos días por Joan Laporta.

El presidente azulgrana ha sido protagonista en Roma durante la asamblea general de la EFC (antigua ECA), donde ha sido recibido con tono cordial por el presidente del PSG, Nasser Al-Khelaïfi.

"Joan es un amigo, un superamigo. A veces uno no coincide con los amigos en cómo hacer las cosas. Pero todos estamos contentos de que esté aquí", afirmó Al-Khelaïfi.

No obstante, desde A22 mantienen una visión opuesta. Su intención sigue siendo llegar a un entendimiento, pero sin renunciar a sus derechos legales.

Las victorias judiciales obtenidas refuerzan su convicción de que, si UEFA se niega a modificar el sistema, el nuevo torneo se pondrá en marcha con o sin su colaboración.

EL ESPAÑOL



Aleksander Ceferin, Stephen M. Ross y Javier Tebas, en un fotomontaje Diseño: Deportes EE

FÚTBOL

La razón oculta de la UEFA para dejar a LaLiga mudarse a Miami pese a "oponerse": Relevent, el socio común de Tebas y Ceferin

- El partido entre Villarreal y FC Barcelona en Estados Unidos no habría sido posible sin la alianza estratégica que une al organismo europeo con el promotor del evento.

David Vicente 9 octubre 2025

El 20 de diciembre de 2025, LaLiga pretende disputar el Villarreal - FC Barcelona de la jornada 17 en Miami.

El gran sueño de Javier Tebas llevaba aparcado en un cajón años debido a la imposibilidad legal de llevarlo a cabo.

Este 2025 parece que por fin ha logrado las alianzas que lo harán posible por encima de cualquier norma que lo deba frenar. Esta semana, UEFA aprobó “a regañadientes" el traslado del partido Villarreal - FC Barcelona a Miami lo hizo dejando claro su rechazo institucional.

Sin embargo, la decisión revela una verdad incómoda: la estrecha relación comercial con Relevent Sports Group, la empresa promotora del evento, fue clave para desbloquear una autorización que durante años había sido impensable.

Lo que UEFA presenta como una concesión aislada en virtud de un vacío legal temporal, es en realidad la consecuencia de una alianza creciente con un socio que será decisivo en la comercialización global de todas sus competiciones a partir de 2027.

Un contexto que difícilmente puede disociarse del permiso otorgado a un evento que modifica la geografía del fútbol profesional europeo.



Stephen Ross, dueño de los Miami Dolphins entre otros grandes proyectos

El poder de Relevent

Detrás de Relevent está Stephen M. Ross, el magnate inmobiliario que controla los Miami Dolphins de la NFL, posee el Hard Rock Stadium (sede del partido) y dirige directamente Relevent Sports Group.

Ross no es simplemente un empresario con intereses deportivos: es la persona con mayor influencia en la expansión del fútbol europeo en Norteamérica.

Relevent fue el promotor de la joint venture LaLiga North America en 2018, una alianza que ha reportado ingresos anuales superiores a los 250 millones de dólares y fue clave en el contrato histórico con ESPN/Disney por 1.400 millones de dólares.

En 2022, la UEFA le otorgó a Relevent los derechos exclusivos de la Champions League, Europa League y Conference League en Estados Unidos para el ciclo 2024-2027.

Pero el salto definitivo llegó en marzo de 2025, cuando la UEFA y la Asociación Europea de Clubes (ECA), desde ahora bautizada como European Football Clubs (EFC), confirmaron que Relevent asumiría desde 2027 y durante seis temporadas la comercialización global de todas las competiciones masculinas de clubes.

Un contrato que pone en manos de Ross y su conglomerado un negocio que supera los 4.400 millones de euros anuales.



Aleksander Ceferin con Al-Khelaifi en un encuentro

El argumento de la legalidad

Pese a este contexto, la UEFA sostiene que su aprobación al Villarreal - Barça en Miami no obedece a motivaciones económicas, sino a una laguna normativa derivada del acuerdo de 2024 entre FIFA y Relevent, que zanjó un litigio de seis años sobre la disputa de partidos de ligas nacionales fuera de sus países.

La revisión del Reglamento de Partidos Internacionales de FIFA está en marcha, y el actual marco “no es lo suficientemente claro y detallado" como para prohibir formalmente este tipo de encuentros.

La UEFA lo explica así en su comunicado oficial del 5 de octubre, en el que afirma haber tomado la decisión “con reticencia" y destaca su “compromiso con la integridad de las competiciones nacionales".

Sin embargo, la coincidencia temporal entre el permiso al partido y la consolidación del acuerdo comercial con Relevent es imposible de ignorar.

La pregunta que muchos actores del fútbol europeo se hacen es qué hubiera pasado si el promotor del encuentro hubiera sido otro a Relevent.

La UEFA mantiene que la aprobación no debe entenderse como un precedente. El propio presidente Aleksander Ceferin fue rotundo.

“Aunque es lamentable tener que permitir que estos partidos se disputen, esta decisión es excepcional y no debe considerarse un precedente".

Pero en la práctica, la autorización abre una vía inédita para la expansión internacional de las ligas nacionales, aunque parece que para ello deberán contar con un promotor que cumpla ciertos requisitos… o que tenga el respaldo adecuado.

¿Habría sido el desenlace el mismo si el partido lo hubiera impulsado un fondo saudí, un operador chino o una federación latinoamericana?

Probablemente no. La capacidad de Relevent para facilitar la logística, garantizar un estadio propio y contar con el aval de la propia UEFA parece haber sido determinante esta vez.



Fernando Roig: “El abonado que quiera ir a Miami irá gratis”

Operador, propietario y socio

El Villarreal - Barça en Miami no lo organiza un tercero cualquiera. Relevent es propietario del estadio, socio a partes iguales de LaLiga North America, promotor oficial de los derechos en Estados Unidos y, desde 2027, mandatario global de UEFA para todo el planeta.

La empresa dirigida por Ross no solo organiza el evento, sino que coordina con la Federación de Fútbol de Estados Unidos, gestiona los permisos de entrada de los aficionados, y ha dispuesto 50 vuelos chárter para el desplazamiento de más de 10.000 seguidores desde España.

La operación es, en la práctica, un ensayo general del modelo de expansión que Relevent ha perfeccionado en los últimos años: llevar competiciones locales a mercados estratégicos.

Doble discurso

La UEFA insiste en que se trata de un caso aislado. Pero tras la aprobación, el lenguaje institucional se ha vuelto aún más combativo.

“Los partidos de liga deben jugarse en casa", “esto puede romper el fútbol", “es una decisión excepcional".

Al mismo tiempo, Relevent ha ganado visibilidad como modelo replicable para otras competiciones. De hecho, ya ha firmado acuerdos con la Bundesliga para América y espera maximizar el modelo con nuevas ligas.

El mensaje que se envía al mercado es claro: si cuentas con un estadio propio, un socio mediático como ESPN y el respaldo de la UEFA, el partido puede hacerse.

Tras lo ocurrido, la UEFA ha prometido colaborar activamente con FIFA para reforzar la regulación y evitar que esta situación se repita sin supervisión. El objetivo, dicen, es que el fútbol “siga arraigado en su entorno local".

Pero mientras eso ocurre, el caso de Miami ya está aprobado. Y más importante aún, ha sido aprobado por una institución que está en plena fase de reconversión comercial junto a la empresa que más se beneficia de esta nueva fase.

El Villarreal - Barça será solo el primero. Otros clubes, ligas y promotores están atentos. La pregunta no es si volverá a ocurrir, sino quién será el siguiente y bajo qué condiciones.

La aprobación del Villarreal - Barça en Miami marca un punto de inflexión en la gobernanza del fútbol europeo. No por lo que representa como evento aislado, sino por el mensaje implícito que transmite.

La alianza entre UEFA y Relevent, que en 2027 se convertirá en el eje de la comercialización global del fútbol europeo, ha demostrado que la rentabilidad puede suavizar los principios.

Mientras la UEFA reitera que no quiere convertir esto en una costumbre, ha sido su firma la que ha abierto la puerta. Y mientras esa puerta siga abierta, Relevent tiene la llave.

PALCO23

MEDIA

DAZN pierde 960 millones en 2024 lastrada por la compra de derechos

La plataforma over-the-top ha cerrado el pasado ejercicio recortando un 36% su déficit operativo. Los ingresos crecieron un 11%, rozando los 3.200 millones de dólares, gracias a los nuevos suscriptores y a los combates de boxeo.



Dazn proyecta ingresos de 5.000 millones en 2025 y ser rentable en 2026.

Palco23 9 oct 2025 - 11:00

Dazn reduce el agujero. La plataforma británica over-the-top (OTT) ha cerrado el ejercicio 2024 con pérdidas después de impuestos de 961 millones de dólares, es decir, un 34,14% menos que en el año precedente, según avanza Sport Business. Por su parte, las pérdidas operativas se quedaron en 877,5 millones de dólares. Este dato es un 36% menor en comparación a los números rojos del año anterior, que se situaron en 1.380 millones de dólares.

La compañía atribuye la mejora en su resultado al incremento de ingresos, así como a una reducción de costes operativos. Por un lado, el negocio de Dazn a escala global rozó los 3.200 millones de dólares, anotando un incremento interanual del 11% gracias a los nuevos suscriptores y a los combates de boxeo.

Por su parte, los costes por adquisición de derechos de retransmisión superaron por poco la barrera de los 3.000 millones de dólares, equivalente al 75% del total de costes operativos. Por ejemplo, en 2024, Dazn se hizo con los derechos de la Serie A en España en un contrato hasta 2027 o los de la competición de pádel Hexagon Cup.

Por líneas de negocio, el B2C (directo al consumidor) generó una inyección económica de 3.120 millones de dólares, un 11% más que a cierre del ejercicio 2023. Por su parte, el broadcast partnership (servicios que presta a las empresas conjuntas de la compañía con la Federación Internacional de Baloncesto y la Asociación Femenina de Tenis) contribuyó con los 63,1 millones de dólares restantes.

Dazn proyecta ingresos de 5.000 millones en 2025 y ser rentable en 2026

En declaraciones a Financial Times, el director ejecutivo de DAZN, Shay Segev, apuntaba en enero que “los diez mercados principales de DAZN fueron rentables en 2024”. De cara a 2025, la OTT proyecta ingresos de 5.000 millones de dólares, mientras que para 2026 espera ser rentable.

En España, los resultados más actualizados de Dazn son de 2023. Entonces, la plataforma experimentó un incremento sin precedente en su negocio: multiplicó por cuatro su beneficio y duplicó sus ingresos, según se desprende de las cuentas anuales de Dazn Spain SL a las cuales tuvo acceso Palco23.

En concreto, Dazn ganó 12,8 millones de euros en 2023 en España, frente a los 3,77 millones de euros del ejercicio anterior. Por su parte, los ingresos crecieron hasta 690,38 millones de euros, algo más del doble de los 339,49 millones de euros anotados a cierre del año precedente. Del total, las suscripciones en el país generaron un negocio de 543,9 millones de euros, en comparación a los menos de 300 millones de euros de 2022.

2Playbook

DAZN eleva a 1.587 millones de dólares la nueva financiación con Access y Arabia Saudí

El holding de Leonard Blavatnik aportó financiación por 587 millones de dólares meses antes de que Surj entrara en el capital con 1.000 millones más. La OTT ya supera los 3.000 millones de facturación y las pérdidas se recortaron un 35%.



2Playbook 9 de octubre de 2025

DAZN no sólo ha captado el interés de nuevos inversores, sino que su máximo accionista también continúa creyendo en él. La OTT de retransmisiones deportivas continúa con un elevado ritmo de crecimiento en ingresos y poco a poco va recortando las pérdidas, que aun así son abultadas y exigen capital. De ahí que Access Industries, máximo accionista de la plataforma de streaming, doblase su apuesta en 2024 con una inyección de 587 millones de dólares (505 millones de euros), antesala de la inversión de 1.000 millones de dólares (860 millones de euros) que se aseguró ya iniciado 2025 por parte de Surj, el vehículo de inversión en deporte de Arabia Saudí, según se recoge en las cuentas anuales del grupo.

A cierre de 2024, las aportaciones de capital en la compañía británica ascendían a 7.374,1 millones de dólares (6.341,7 millones de euros) desde su constitución, a los que ahora se sumará el dinero aportado por Surj. Aun así, esta suma no será suficiente para absorber las pérdidas acumuladas desde el lanzamiento del proyecto, que actualmente ascienden a 9.742 millones de dólares (8.382,1 millones de euros) en un periodo en el que el servicio se ha ido haciendo fuerte en los principales mercados europeos como antesala a su irrupción en Oriente Medio y Estados Unidos.

Las cuentas del grupo revelan una facturación total de 3.187 millones de dólares (2.740,8 millones de euros) en 2024, con una mejora interanual del 11,3%; de este importe, España representa ya una quinta parte de todos los ingresos, tras haber doblado su tamaño en el país desde que arrancó con las emisiones de LaLiga EA Sports. Además, es un mercado que también aporta rentabilidad al ser uno de los más maduros.

En total, la región Europa, Oriente Medio y norte de África aporta el grueso de los ingresos, con prácticamente el 80% del total. Aquí, su implantación se ha desarrollado con fuerza en España, pero especialmente también en Alemania e Italia, donde combina los derechos de Bundesliga y Serie A con los de la Champions League. En los tres países, además, dispone de acuerdos de distribución con grandes plataformas de pago. Asia-Pacífico y América, por su parte, aportaron cada uno en torno a 290 millones de dólares (249,4 millones de euros) en 2024.

En términos de rentabilidad, DAZN recortó un 35% interanual sus pérdidas, al pasar de 1.460 millones (1.255,6 millones de euros) a 961,5 millones de dólares (826,9 millones de euros). El ebitda ajustado, por su parte, mejoró en unos 150 millones (129 millones de euros), si bien continuó siendo negativo en 673,4 millones de dólares (579,1 millones de euros) a cierre de 2024.

A futuro, las cuentas del grupo reflejan un compromiso de inversión en la compra de derechos deportivos que ascienden a 9.824 millones de dólares (8.445,6 millones de euros). De este importe, y tras asegurarse el Mundial de Clubes de Fifa, un total de 3.596 millones de dólares (3.091 millones de euros) eran por retransmisiones previstas en 2025.

SPORT

ESNCIAL

Nuevo plan DAZN desde 4,99 €: paga solo por los deportes que ves y accede a NBA, F1, Liga Endesa... ¡y más!

Disfruta de la mejor programación deportiva sin compromisos: accede a NBA, F1, NFL y más con planes flexibles de DAZN desde 4,99 euros al mes



Nuevo plan DAZN desde 4,99 €: paga solo por los deportes que ves y accede a NBA, F1, Liga Endesa y más

Marina Vázquez 10 OCT 2025 4:00

DAZN ha dado un giro radical al mundo del deporte en streaming, y sus tarifas son, cuanto menos, una auténtica revolución. Si algo está claro es que la plataforma ha ido mucho más allá de ofrecer una programación o catálogo deportivo de altura. ¿NBA? ¿Liga Endesa? ¿Fórmula 1? ¿Fútbol? ¿NFL? Lo tiene prácticamente todo. Pero lo que realmente marca la diferencia no es solo la amplitud de su oferta, sino la forma en la que ha repensado sus tarifas o paquetes de suscripción.

Y no, no estamos hablando únicamente de precios. Aquí la clave está en el formato. Porque, ¿quién no se ha visto alguna vez pagando por un paquete lleno de deportes que no sigues, programas que no ves y competiciones que te dejan indiferente? No es solo frustrante, es innecesario. Y lo peor de todo: esos packs suelen ser más caros.

Ahí es donde DAZN marca la diferencia, con una propuesta que nos permite pagar exclusivamente por lo que realmente consumimos. La plataforma ha agrupado sus contenidos en cinco packs distintos, pensados para ajustarse a los gustos de cada usuario. Así, pagas solo por lo que realmente te interesa.

Y, como si fuera poco, si eres menor de 30 años (o vives con alguien en esa franja de edad), puedes disfrutar de un 30% de descuento gracias a su tarifa especial para jóvenes. Un detalle que, sin duda, hace aún más atractiva la oferta.

¿Te preguntas qué incluye cada plan? Aquí te lo contamos:

Plan Made in USA: NBA, NFL y Nascar, por solo 4,99 euros al mes



SUSCRÍBETE AL PLAN POR 4,99 EUROS AL MES

Si eres fanático de los deportes estadounidenses, este plan es para ti. Por solo 4,99 € al mes, tendrás acceso a una selección de partidos de NBA, NFL y NASCAR. Con este plan podrás disfrutar de una selección de partidos de la NBA, incluyendo la temporada regular, los Playoffs, las Finales de Conferencia, el NBA All-Star y las Finales de 2027, todo con comentaristas españoles. Además, tendrás resúmenes y contenido exclusivo bajo demanda.

En cuanto a la NFL, disfrutarás de cinco partidos semanales de la temporada regular, los Playoffs y la Super Bowl LX.

Este plan está disponible también en los packs Baloncesto y Premium, por lo que si quieres un combo con más contenido deportivo, siempre puedes optar por ellos.

Plan Baloncesto: con la Liga Endesa y la NBA



SUSCRÍBETE AL PLAN POR 9,99 EUROS AL MES

Este plan es ideal si tu corazón late por el baloncesto. Desde 9,99 €/mes, podrás disfrutar de NBA (con una selección de partidos, Playoffs, Finales de Conferencia, el NBA All-Star y las Finales de 2027), Liga Endesa, Supercopa Endesa y la Copa del Rey.

Además, DAZN ofrece un acceso exclusivo a más de 1.700 partidos en directo y bajo demanda durante toda la temporada, junto con contenido original centrado en los jugadores y equipos más destacados. Como bonus, cada semana habrá un partido de la Liga Endesa en abierto, disponible de manera gratuita en la app de DAZN, solo con un sencillo registro.

Plan Motor, perfecto para los amantes de la velocidad con MotoGP o el Mundial F1

Para los fanáticos de los deportes de motor, el Plan Motor es el paquete definitivo. Por 19,99 €/mes, podrás disfrutar de todos los Mundiales de Fórmula 1 y MotoGP, así como de la NASCAR, DTM, F2, F3, Moto2, Moto3, MotoE, WorldSBK, WorldCUP, Porsche Supercup, y Iberian Supercars, entre otros.



SUSCRÍBETE AL PLAN POR 19,99 EUROS AL MES

Para los amantes del deporte rey: el plan fútbol es lo que buscan

Si lo tuyo es el fútbol, el Plan Fútbol te trae lo mejor de las ligas europeas. Con acceso a LaLiga EA Sports, Premier League, Serie A, Bundesliga, LaLiga HyperMotion y Liga F, así como a la NFL, todo por 14,99 €/mes.



SUSCRÍBETE AL PLAN POR 14,99 EUROS AL MES

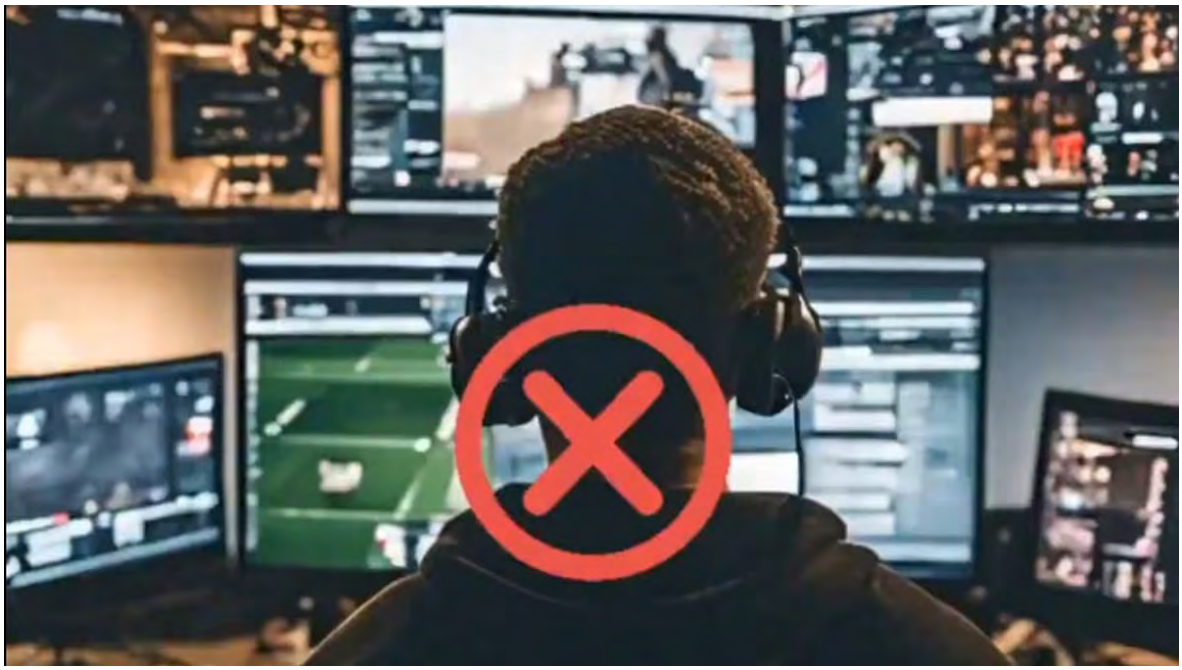
Y aquí viene lo mejor: no hay permanencia. Puedes probar el servicio por un mes y, si no te convence, cancelarlo sin problema. Nada de ataduras, solo deportes y contenido de calidad. ¿Por qué esperar más? DAZN ha dado en el clavo, y si te apasionan los deportes, no hay mejor manera de disfrutarlo.



RETRANSMISIONES DEPORTIVAS

Guerra total a la piratería

Las principales ligas de Europa intensifican sus estrategias para luchar contra la piratería en el fútbol, que sigue en ascenso.



Diego Gomes 9 de octubre de 2025 16:54 CEST

La piratería es desde hace años uno de los principales dolores de cabeza de los mandamases del fútbol europeo. Las consecuencias para el bienestar económico de las distintas competiciones es lo suficientemente grande como para que las entidades se hayan marcado el erradicar estas retransmisiones ilegales como uno de sus objetivos prioritarios.

De acuerdo con estimaciones de LaLiga, los clubes españoles pierden entre 600 y 700 millones de euros a causa de la piratería, que devalúa el valor de la competición a la hora de negociar acuerdos televisivos. Es por eso que en España se ha decidido poner la mayor cantidad de recursos posible para combatir este problema; coaliciones como la Asociación para la Creatividad y el Entretenimiento (ACE), en la que participan gigantes como Netflix, Amazon, Apple y DAZN, y los acuerdos de colaboración del equipo Antifraude con empresas como Twitch o Gcore han fortalecido a LaLiga en esta lucha.

La cruzada de LaLiga contra la piratería no es una tarea fácil, teniendo en cuenta que alrededor del 43 por ciento de aficionados confiesa recurrir a páginas pirata para ver partidos. Para conseguirlo, LaLiga ha apostado por un equipo Antifraude conformado por unas cincuenta personas, que tiene como principal arma la War Room, una sala donde los integrantes del equipo se reúnen durante las jornadas de partidos para detectar enlaces piratas.

La piratería no para de crecer y en los últimos 18 meses se han registrado un total de 26,2 millones de retransmisiones ilegales de eventos deportivos, con un aumento del 142 por ciento durante el primer semestre del 2025. No obstante, la vigilancia española está surtiendo efecto; según LaLiga, sus estrategias han permitido reducir en un 60% la piratería entre la primera y la segunda división.

Una lucha global

Lejos de las fronteras españolas, la lucha contra la piratería también es una realidad. En los últimos meses se han asestado varios golpes importantes; el que más, el desmantelamiento de StreamEast -por parte de ACE y los cuerpos de seguridad egipcios-, la página de piratería deportiva más grande del mundo, que registraba una media de 136 millones de visitas mensuales y durante los últimos 15 años ingresó más de 5 millones de euros por publicidad. Pocos días antes cayó otra de las páginas de piratería más conocidas entre los aficionados del fútbol; en Argentina, la policía detuvo al creador de Al Ángulo TV, aunque éste quedaría en libertad pocos días después.

En Inglaterra, la Premier League también ha sido muy dura contra la piratería; de hecho, los ejecutivos de la liga afirman que es este motivo el que les ha permitido conseguir mejores acuerdos televisivos que otras ligas rivales; ergo, han conseguido la diferencia de capacidad económica que hoy se nota en los mercados de fichajes. La Premier se convirtió en el primer organismo deportivo en sumarse la 'Operación 404', una iniciativa liderada por el Reino Unido y varios países sudamericanos que tiene como objetivo bloquear sitios web que reproduzcan contenido ilegal. La liga inglesa informó que este proyecto consiguió en septiembre de 2024 bloquear cerca de 700 sitios web de streaming ilegal y 14 aplicaciones, además de ejecutar 30 órdenes de registro y confiscación, y cinco órdenes de detención.

> "Los Amazon Fire Stick representan aproximadamente la mitad de la piratería en el Reino Unido"
>
> Nick Herm, director de operaciones de Sky Group

Otro de los puntos clave en Inglaterra son los Amazon Fire Stick, que son dispositivos legítimos para ver programas y plataformas -como Netflix, BBC iPlayer o tantas otras, pero algunos los piratean para ver contenido de forma ilegal. "Es un gran problema aquí. Creemos que representa aproximadamente la mitad de la piratería en el Reino Unido", ha expresado Nick Herm, director de operaciones de Sky Group, sobre estos aparatos.

Por su parte, la Bundesliga alemana, además de colaborar con DAZN y Sky, se ha sumado a iniciativas como la Sports Rights Owners Coalition y la Audiovisual Anti-Piracy Alliance (AAPA), que aglutinan a ligas, medios y empresas tecnológicas para reforzar la protección de contenidos. Asimismo, tenían planeado destinar una parte importante de los ingresos obtenidos por un acuerdo con un fondo de capital privado a reforzar la lucha contra la piratería, pero dicha operación finalmente no prosperó.

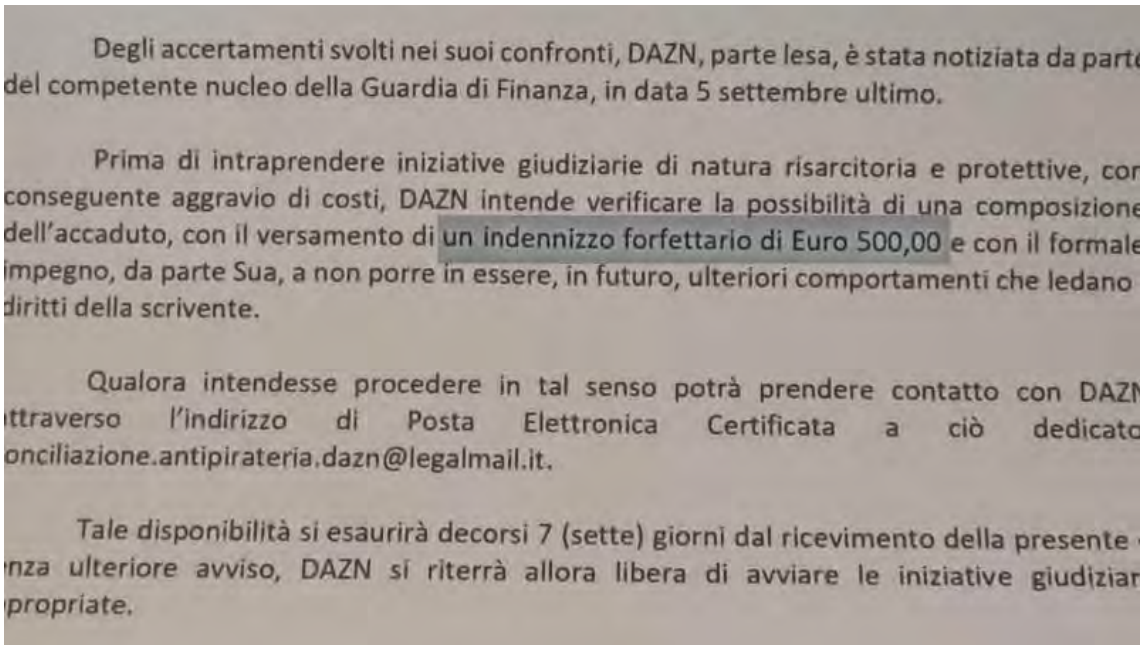
En Italia, la batalla contra la piratería ha llevado a importantes repercusiones legales. La Serie A presentó recientemente el programa de "los que se equivocan pagan"; los consumidores y difusores de este contenido ilegal reciben una multa por parte de la Guardia di Finanza y también se enfrentan a compensaciones a los poseedores de los derechos televisivos (DAZN y Sky). Las operaciones de la Serie A han permitido sancionar a más de 2.500 usuarios desde principios de año.

La lucha en Francia tiene tintes particulares. Después de varios años con problemas para negociar acuerdos televisivos, la LFP decidió lanzar esta temporada su propia plataforma de streaming para emitir los partidos (Ligue 1+) y el estreno de ésta ha llevado a intensificar la persecución de páginas pirata. Además, en el pasado mes de mayo el Tribunal de Justicia de París dictó sentencia a favor de la LFP en un procedimiento que ha obligado a las VPNs -redes privadas virtuales que suelen ser usadas para acceder a contenido ilegal- a implementar medidas para bloquear los sitios piratas.

la Repubblica

Pezzotto, lettera di Dazn agli utenti pirata: “Pagate 500 euro per comporre il caso e pentitevi”

di **Aldo Fontanarosa**



Degli accertamenti svolti nei suoi confronti, DAZN, parte lesa, è stata notiziata da parte del competente nucleo della Guardia di Finanza, in data 5 settembre ultimo.

Prima di intraprendere iniziative giudiziarie di natura risarcitoria e protettive, con conseguente aggravio di costi, DAZN intende verificare la possibilità di una composizione dell'accaduto, con il versamento di un indennizzo forfettario di Euro 500,00 e con il formale impegno, da parte Sua, a non porre in essere, in futuro, ulteriori comportamenti che ledano diritti della scrivente.

Qualora intendesse procedere in tal senso potrà prendere contatto con DAZN attraverso l'indirizzo di Posta Elettronica Certificata a ciò dedicato onciliazione.antipirateria.dazn@legalmail.it.

Tale disponibilità si esaurirà decorsi 7 (sette) giorni dal ricevimento della presente nza ulteriore avviso, DAZN si riterrà allora libera di avviare le iniziative giudiziar propriate.

LA LETTERA DI DAZN

La pay-tv del calcio scrive alle persone che, per la Procura di Lecce, hanno guardato le partite illegalmente. Tutte già multate dalla Finanza. Avranno 7 giorni di tempo per replicare. In assenza di una risposta, l'emittente si riserva di fare causa

08 Ottobre 2025

ROMA – Dazn, la pay-tv del calcio, sta spedendo una lettera alle persone che hanno utilizzato il pezzotto per vedere le partite in modo illegale. La missiva contiene la richiesta di pagare 500 euro.

Destinatari della lettera di Dazn sono gli “sportivi” che – secondo la Procura di Lecce, titolare di un procedimento penale sul pezzotto – hanno guardato la Serie A, la Serie B, le Coppe europee con abbonamenti pirata.

Nella sua missiva, Dazn ricorda che queste persone hanno già ricevuto una “sanzione amministrativa”, per mano della Guardia di Finanza (che li ha identificati grazie al suo Nucleo Speciale Beni e Servizi, comandato dal Generale Crescenzo Sciaraffa).

Ma la sanzione della Finanza, secondo Dazn non chiude il caso, anzi. La pay-tv reclama il pagamento di 500 euro come “indennizzo forfettario” per una “composizione” pacifica del danno che Dazn pensa di aver ricevuto.

Le iniziative giudiziarie

I destinatari della missiva avranno 7 giorni di tempo per rispondere a un indirizzo email dell’emittente del calcio. In caso di mancata risposta, “Dazn si riterrà libera di avviare le iniziative giudiziarie appropriate”.

Il messaggio della pay-tv è chiaro: pagate subito i 500 euro per evitare “iniziative giudiziarie di natura risarcitoria e protettive” che comportano sempre un “aggravio dei costi”.

La lettera, a firma dell’amministratore delegato di Dazn Italia Stefano Azzi, reclama anche il pentimento degli utenti pirata che dovranno attestare “il formale impegno a non porre in essere in futuro ulteriori comportamenti che ledano i diritti” della pay-tv.

I consigli legali

La lettera – avvistata dai siti Dday e Fanpage – circola in un gruppo che, su un famoso social, raccoglie avvocati e persone in cerca di consigli legali.

Una di queste persone, che scrive per conto di un amico, pone ai legali del gruppo una serie di domande:

- se è già stata pagata la sanzione amministrativa, è legittimo che Dazn chieda anche questo indennizzo privato anni dopo?

- Ci sono conseguenze legali concrete se non si paga entro i 7 giorni?

- Conviene rispondere alla lettera o ignorarla?

- Vale la pena consultare un avvocato o è una richiesta “standard” che non porta quasi mai a un giudizio?

La parte lesa

Da novembre 2024 – in occasione dell’indagine di un’altra Procura, quella di Catania – l’emittente ha messo a punto la sua strategia. Già allora l’obiettivo era ricevere un risarcimento dagli utenti pirata beccati dai magistrati e dai finanzieri.

In queste ore, Dazn sta lavorando ventre a terra anche con tre altre Procure: Bologna, Cagliari, Napoli. La pay-tv ovviamente non acquisisce i dati degli “sportivi” multati in modo sotterraneo. E’ stata la Guardia di Finanza a condividerli con l’emittente, dopo aver ottenuto il nulla osta della Procura.

In tutti i procedimenti Dazn si è costituita in qualità di titolare dei diritti degli eventi sportivi trafugati e soprattutto come “parte lesa”.

EL ESPAÑOL



Infantino, junto a la Copa del Mundo. REUTERS

FÚTBOL

Más Mundiales en invierno y un Mundial de Clubes todavía más amplio: las ideas de Infantino para el futuro del fútbol

- El presidente de FIFA comentó que hay que "mantener la mente abierta" para los nuevos cambios que experimentará el fútbol en los próximos años.

Alberto Marcos 9 octubre 2025

El mundo del fútbol sigue experimentando cambios drásticos que alteran cada vez más el ecosistema habitual tal y como lo conocíamos. Más competiciones, más partidos, alteración de fechas... y todo puede ir a más a partir de 2030.

Eso es lo que se desprende de las últimas palabras de Gianni Infantino, el presidente de UEFA, en la Asamblea General de Clubes de Fútbol Europeos que tiene lugar estos días en Roma.

El máximo mandatario del fútbol mundial aseveró que el fútbol necesita "mantener la mente abierta" a vivir nuevos cambios, especialmente haciendo alusión a la posibilidad de que los Mundiales de selecciones pasen a disputarse en invierno y no en verano.



Infantino durante una rueda de prensa del Mundial de Clubes.

"No se trata tan sólo de jugar un Mundial, es una reflexión general. Incluso para jugar en algunos países europeos en julio hace ya muchísimo calor. El mejor mes para jugar al fútbol, que es junio, no se aprovecha mucho en Europa", dijo ante los clubes Infantino.

El presidente de UEFA habló también de la necesidad de "considerar la globalización del calendario internacional de partidos", y señaló los meses de octubre y de marzo como sus preferidos, ya que son "meses en los que se puede jugar en cualquier lugar".

El Mundial 2034

Todas estas declaraciones de Infantino parecen allanar el camino hacia la disputa del Mundial 2034 en pleno invierno. Esta Copa del Mundo le fue concedida Arabia Saudí, y jugar allí los partidos en pleno verano parece a todas luces inviable por las condiciones climatológicas.

Es por eso que cobra mucha fuerza la reestructuración del calendario para entonces, algo que ya sucedió recientemente con el Mundial de Qatar.

En Qatar 2022 se alteraron las fechas habituales para dejar espacio a aquel Mundial entre el 20 de noviembre y el 18 de diciembre. Las competiciones de clubes tuvieron que parar en seco y, por primera vez en la historia, los aficionados vieron una cita mundialista en pleno invierno.

En su abrazo a los petrodólares, FIFA no tuvo reparo en poner patas arriba el orden futbolístico, y parece que todo se repetirá dentro de unos años.

Un Mundial de Clubes más amplio

La otra gran novedad de la que habló Infantino fue la ampliación del número de Mundial de Clubes. Ya hubo este año una gran polémica por la creación de esta competición que hacía el calendario mucho más pesado, pero a Infantino parece no importarle porque quiere hacerlo todavía más grande.

En esta primera edición que se celebró en Estados Unidos y que terminó ganando el Chelsea participaron un total de 32 conjuntos. Muchos partidos y un mes de duración que hizo que muchos llegaran justos al inicio de la nueva temporada.

Ahora Infantino quiere aumentar el cupo de participantes a 48, es decir, 16 clubes más. "Trabajaremos para ver cómo podemos hacer que este evento sea más grande, aún mejor, aún más impactante", comentó ante los equipos reunidos.

Además, esta competición se creó para tener su hueco en el calendario cada cuatro años. Sin embargo, Infantino también contempla la posibilidad de exprimir todavía un poco más el formato y que se celebre cada dos años.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Casi la mitad de la población acudió a una sala de cine en el último año

Por Redacción AV451 -9 octubre, 2025

El Ministerio de Cultura ha presentado los resultados de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2024-2025, estadística oficial del Plan Estadístico Nacional que, por primera vez, se realiza con carácter bienal.

La encuesta, llevada a cabo entre marzo de 2024 y febrero de 2025 mediante entrevistas a una muestra teórica de 16.000 personas mayores de 15 años, tiene como objetivo evaluar la evolución de los principales indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales de los españoles y analizar los aspectos más relevantes de los consumos culturales.



Una sala de cine durante del Festival de Sevilla 2024

Los resultados muestran, en casi todas las categorías, los mejores datos de consumo cultural en España desde que se publicó la primera Encuesta en 2002- 2003, superando los máximos alcanzados en la edición 2018-2019 y dejando atrás los descensos de 2021-2022, marcados por la pandemia.

El cine, la lectura y la música siguen despertando uno de los mayores grados de interés observados en las diversas actividades culturales. El 64,9% de la población analizada leyó al menos un libro al año, la mayoría, 60,8%, en papel y un 29,8% en formato digital o audiolibro. El 58,8%, lo hace en su tiempo libre, con preferencia por la novela contemporánea (82%). A la hora de comprar, el 83% de los que adquirieron un libro en el último trimestre lo hizo en un establecimiento y el 37,2% a través de Internet. Los datos de lectura han experimentado un crecimiento de 7,2 puntos porcentuales desde 2006-2007. En cuanto al consumo de música, el 56,7% de la población suele escucharla diariamente y el 77,8% una vez al mes. Los géneros más consumidos son el pop y rock español (60,3%), seguido del extranjero (43,4%) y el latino (31,7%).

Cine

En el caso del cine, en el último año casi la mitad de la población, el 48,5%, ha asistido a una sala cinematográfica, 20,8 puntos porcentuales más que en la última edición de la encuesta. Las tasas de asistencia, que han ido acercándose en la última década, son muy similares entre hombres, 47,9%, y mujeres, 49%. Por edades continúan observándose notables diferencias, desde el 79,1% observado en los jóvenes de 15 a 19 años al 14,1% registrado de la población de más edad. Los solteros en casa de sus padres, 70,9%, y las parejas con hijos menores, 55,7%, también destacan en esta actividad.

En Cataluña, Comunitat Valenciana y Comunidad de Madrid se observan los mayores índices de asistencia. Se trata de un público satisfecho, con un índice de satisfacción medio de 8,1.

Los que fueron al cine acudieron por término medio 2,5 veces en el último trimestre. La mayor parte de los que acudieron al cine en el último año lo hicieron en fin de semana, el 54%, y el 46% restante en días laborales destacando la población más joven y la de mayor edad. Siete de cada diez asistentes al cine, el 69,9%, pagaron su entrada a precio normal, concentrándose aquellos que la obtuvieron con algún tipo de descuento en la población más joven y en los mayores de 54 años. Un 36,8% de los que adquirieron entradas no gratuitas lo hicieron a través de Internet. Prácticamente en todos los casos, el 95,4% el tipo de recinto era especialmente dedicado a este fin.

Las preferencias se inclinan por películas de acción y por comedias, 16,8% y 16,4% respectivamente. La última película vista fue de drama en el 12,3% de los casos, de ciencia ficción en el 11,9%, infantil 9,4%, aventuras 6,2%, terror en un 6,1% y animación 5,4%.

El 63,3% de las personas investigadas prefiere ver las películas de cine dobladas, el 19,4% las prefiere en versión original y para el 17,3% le es indiferente.

El cine americano es el mejor valorado entre las personas investigadas seguido del cine español y del cine europeo. El 5,9% de las personas que asistieron al cine en el último año vieron alguna película integrada en un festival.

En esta edición de la encuesta casi la tercera parte de los entrevistados manifiesta como principal motivo para no ir o no ir más al cine la falta de tiempo, 27,9%, le siguen el precio, 25,5%, la falta de interés, 13,4%, la preferencia por verlo en televisión, video o Internet, 11,6%, y la escasez de oferta, 8,2%. El tema, con 36,4%, es la principal razón manifestada para elegir una película. Le siguen los actores con 19%, la opinión de familiares y amigos con 9,9% y la opinión de los hijos con 8,7%. Con menor intensidad, figuran la publicidad, 7,4%, el guion, 6,1%, la dirección, 4,9%, las críticas profesionales y la opinión en redes sociales con un 3,3% cada uno, siendo la incidencia de los premios recibidos muy escasa.



De los que han ido en el último año a una sala de cine a ver otro tipo de espectáculo que no sea una película, el 46,7% vio un concierto, el 19,1% vio un espectáculo deportivo, el 15,5% vio otros espectáculos escénicos y el 32,7% vio otro tipo de espectáculo.

Sector audiovisual

Tres de cada cuatro personas, un 74,4%, suele ver la televisión. Este hábito se observa en todos los colectivos, sean cuales sean sus características personales o las de su municipio de residencia, con intensidades muy similares siendo superior el colectivo que suele verla en día laboral, 73,9%, al que lo hace en fin de semana, 73%.

Por tipo de programa, un 70,4% de la población que ve la televisión suele ver noticias, un 75,7% suele ver series, películas y largometrajes, el 25,4% concursos de índole cultural y un 23,5% ve documentales y programas culturales. Un 10,4% de aquellos que suelen ver la televisión declara que suele utilizar el ordenador o una tablet para ello, un 10,8% utiliza el móvil y otros equipos y un 21,3% de la población que ha visto televisión en el último mes ha utilizado directamente Internet.

El 86,4% de la población investigada vio contenidos audiovisuales (de películas, series u otro tipo) en el último año y el 35,6% los ve diariamente. Según la frecuencia del hábito de ver películas, el 15% de la población investigada las ve diariamente y el 60,7% al menos una vez por semana.

Si se hace referencia a las series, el 24,3% de los investigados las ve diariamente y el 58% al menos una vez por semana. Los soportes conectados directamente a Internet son los más habituales para ver contenidos audiovisuales. Entre las personas que han visto películas en un trimestre el género más habitual es el de comedia, con un 50,6%, seguido del de acción, 44,4%, drama, 38,6%, suspense, 34,5% y aventuras, con un 33,1%. El 64,5% dispone en su hogar de suscripción a plataformas digitales de películas o series.

Videojuegos

El 19,3% de la población juega a videojuegos al menos una vez al mes, cifra que sigue siendo muy superior entre los hombres, 27,3%, que, en el colectivo de mujeres, 11,8%. Por edades, los máximos se alcanzan en los más jóvenes, 55%, observándose descensos al ascender la edad, hasta situarse en el 5,6% en la población de mayor edad. Los solteros en casa de sus padres, 46% y los estudiantes, 53,4%, también destacan en esta actividad. Entre aquellos que jugaron en el último trimestre, más de la mitad, el 55,9% prefieren videojuegos de acción o aventuras, el 53,2% suele utilizar videojuegos de estrategia y el 29,4% de deportes. El soporte más utilizado sigue siendo la consola, 57,1%, seguido del teléfono móvil, 43,9%, el ordenador, 39,7%, la tablet, 13,2% y 2,9% la televisión.

Crecimiento en la asistencia en otras actividades culturales

El 57,7% de los investigados suelen escuchar la radio. Un 41,1% lo hace diariamente, un 55% al menos una vez a la semana y el 56,6 % al menos una vez al mes. El hábito es más intenso en los hombres y en la población de 35 a 74 años. Aquellos que suelen escuchar la radio, muestran preferencia por programas musicales, 60,8%, y noticias, 61,3%, siendo muy inferiores las preferencias por los programas deportivos y por las tertulias, 21,3% y 19% respectivamente, y muy escasa la incidencia de documentales y programas culturales, 5,9%.



El 52,1% de la población ha visitado algún monumento o yacimiento arqueológico, lo que supone un crecimiento de 16,5 puntos porcentuales en las últimas dos décadas. En museos, exposiciones y galerías de arte, la asistencia llegó al 47,6%, cifra récord desde que se realiza esta Encuesta y que presenta un aumento de 9,4 puntos porcentuales desde el período 2006-2007.

Los espectáculos en directo también experimentaron un fuerte crecimiento: el 47,1% de la población asistió a eventos de artes escénicas o musicales. En concreto, fueron al teatro el 24,7%, a la ópera el 3,9%, a conciertos de música actual el 32,1% y a conciertos de música clásica el 9,7%. Todas estas disciplinas han alcanzado su cifra máxima de asistencia en 2024-2025, según los datos que presenta la Encuesta.

El 74% de la población encuestada dispone en su hogar de una suscripción a alguna plataforma de contenidos, lo que supone un aumento de casi 15 puntos respecto a 2021-2022. Destacan las suscripciones a servicios de películas y series (64,5%), seguidas por plataformas musicales (42,3%) y de televisión (39,6%). Por primera vez, la encuesta incluye datos sobre podcasts, con un 14,7% de usuarios.

El uso de dispositivos conectados a Internet se consolida como medio de acceso a la cultura. El 76,3% escucha música en equipos conectados a Internet y el 73,8% en el móvil. Asimismo, el 18,5% escucha la radio online y un 30,7% lo hace desde el móvil. En televisión, un 21,3% la ve directamente en Internet y un 10,8% desde el móvil.

Las visitas virtuales también ganan peso: el 6,1% visitó museos y el 7,3% monumentos en formato digital. Además, un 18,3% asistió virtualmente a conciertos de música actual y un 11,4% de la población vio en el último año algún espectáculo de artes escénicas online.

Internet es también la vía preferida para adquirir entradas para espectáculos en directo, eligiéndola el 83,4% de las personas que acudieron a un concierto de música actual, el 62,8%, de los que vieron un concierto de música clásica, el 69% de los que fueron al teatro y el 61,3% de los que fueron a un espectáculo de danza.

Principales resultados por sexo, edad y estudios

Entre las mujeres es mayor el hábito de la lectura: un 68,2 % declaran leer libros al menos una vez al año, frente al 61,4 % de los hombres. También es mayor la frecuencia, 2 puntos porcentuales más de media, con la que de manera presencial las mujeres acudieron a museos, al cine y a conciertos de música en directo, subiendo hasta los 6,4 puntos de diferencia en su asistencia al teatro.

Por su parte, los hombres registraron tasas anuales superiores en las visitas a monumentos (51,1% frente al 49,9% de mujeres) o yacimientos. Escuchan música más habitualmente (79,3% frente al 76,4% de mujeres) y juegan más a videojuegos (27,3% de los hombres juega al menos una vez al mes frente al 11,8% de las mujeres).



Una de las variables más determinantes en el consumo y participación cultural es el nivel de estudios: a mayor nivel de estudios, más participación cultural. Los jóvenes presentan las tasas más altas de participación cultural en todos los ámbitos: visitan más museos y monumentos, asisten más a espectáculos de artes escénicas o musicales, utilizan más las bibliotecas y presentan mayores tasas de lectura. La alta tasa de participación cultural presente en la población más joven va decreciendo al aumentar la edad.

Barreras y hábitos culturales en familia

Las personas encuestadas manifiestan que la falta de tiempo continúa siendo el principal obstáculo para el consumo cultural: afecta al 45,9% en el ámbito de la lectura, al 27,9% en museos y cine, y al 25,9% en teatro.

Asimismo, la encuesta confirma que los hábitos culturales en la infancia, especialmente aquellos compartidos con los padres, influyen de manera decisiva en la práctica cultural en la edad adulta.

Por ejemplo, entre la población que ha leído en el último año o ha ido al cine, en el 69,6% y 68% de los casos respectivamente, al menos uno de los padres también lo hacía en su tiempo de ocio. Y para los que visitaron museos, monumentos, yacimientos arqueológicos, exposiciones, galerías de artes o archivos, en el 56% de los casos al menos uno de sus progenitores había realizado esta práctica cultural, porcentaje similar al de los que asistieron a espectáculos escénicos o musicales (55,6%).

La encuesta investiga también la vinculación que existe entre la práctica cultural de los padres y de sus hijos menores de 18 años. Entre la población investigada se detecta que el 71,1% de los padres han leído por ocio con sus hijos, el 69,2% ha asistido con ellos a museos, monumentos, etc., el 74,6% fue con ellos al cine, el 64% asistió con sus hijos a espectáculos escénicos o musicales y el 64,9% realizó otras prácticas culturales.

Alto grado de satisfacción y programas de fomento del consumo cultural

La satisfacción con las actividades culturales realizadas es alta entre las personas encuestadas, obteniendo una media de satisfacción de 8 sobre 10. Los conciertos de música actual alcanzan la mejor valoración (8,8), seguidos de los de música clásica, danza y teatro (entre 8,5 y 8,7).

El Ministerio de Cultura tiene en marcha diversos programas que tienen el objetivo de fomentar hábitos culturales y participación entre diferentes segmentos de población. El Bono Cultural Joven, dirigido a la población de 18 años de edad, es una ayuda de 400 euros destinada a la adquisición y disfrute de productos,

servicios y actividades culturales. El objetivo del Bono es doble: por un lado, muestra el interés de un amplio espectro de la población joven española por la cultura, que esta iniciativa ayuda a fidelizar como público y consumidor cultural de cara al futuro; y, por otro lado, ofrece un respaldo adicional al sector cultural.

Por su parte, el programa Cine Escuela, que ha arrancado el pasado mes su primera edición, tiene la finalidad de acercar a los públicos más jóvenes a las salas de cine, fomentando este hábito cultural y el aprendizaje del lenguaje cinematográfico desde edades tempranas. Al igual que el Bono Cultural Joven, Cine Escuela facilita el acceso a actividades culturales a aquellos sectores de población que por motivos sociales, económicos o geográficos no pueden disfrutar habitualmente de estas actividades.

Las salas de cine también cuentan con ayudas directas a través de Cine Sénior, que este año celebra su tercera edición. Se trata de un programa que facilita el acceso al cine a precios reducidos para la población mayor de 65 años, y que acerca público a las salas el día de la semana en que cuentan con menos espectadores.

El fomento de la lectura es también protagonista de diversos programas del Ministerio de Cultura, entre ellos, el Plan de Fomento de la Lectura, o la Campaña de animación a la lectura María Moliner, dirigido a visibilizar proyectos en municipios de menos de 50.000 habitantes. Además, Dirección General del Libro, el Cómic y la Lectura organiza un Club de Lectura Virtual de los Premios Nacionales que pone en valor la diversidad de los libros que han recibido los diversos premios al libro de los últimos años.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Jaime Ortiz de Artiñano: «En función de cómo sean las reglas del juego, cambiaremos de estrategia en Atresmedia Cine»

Por **Redacción AV451** - 6 octubre, 2025

✔ Jaime Ortiz de Artiñano, director general de Atresmedia Cine

Atresmedia Cine celebra este año su 25º aniversario como uno de los principales motores del cine español. Nacida en noviembre del año 2000, la productora cinematográfica de Antena 3 ha participado desde entonces en más de 180 largometrajes, con una inversión acumulada que supera los 500 millones de euros, que han generando más de 30.000 puestos de trabajo directos e indirectos. Las películas de Atresmedia han sido rodadas en todas las comunidades autónomas y en todas las lenguas oficiales del país y en los últimos seis años han liderado el ranking de taquilla nacional.



Celebración en San Sebastián de los 25 años de Atresmedia Cine

Durante el pasado Festival de San Sebastián, Jaime Ortiz de Artiñano, director general de Atresmedia Cine, anunció un nuevo acuerdo con Bowfinger International Pictures, la productora de María Luisa Gutiérrez y Santiago Segura. El convenio incluye un total de ocho títulos para los próximos cuatro años, incluyendo cuatro películas dirigidas por Santiago Segura. La primera de estas producciones de Bowfinger es la sexta entrega de la saga 'Torrente', 'Torrente, Presidente', ya rodada y que verá la luz en los cines el próximo 13 de marzo.

Ortiz de Artiñano también avanzó en San Sebastián el calendario de estrenos de la compañía para lo que queda de 2025 y 2026, además de algunos de sus próximos rodajes. **En Audiovisual451 hemos hablado con el director general de Atresmedia Cine** para profundizar sobre los primeros 25 años de la compañía y la estrategia a seguir a partir de ahora.

Audiovisual451: ¿Cómo es el acuerdo con Bowfinger?

Jaime Ortiz de Artiñano: "Hemos cerrado un acuerdo con Bowfinger para participar en las próximas películas de Santiago Segura y en otros títulos. Empezamos con 'Torrente. Presidente', que se estrena el 13 de marzo. Hemos finalizado el rodaje y no vamos a enseñar nada de la película. Hay ya alguna otra película que rodaremos también en los próximos meses".

A451: Alguna vez has comentado que quizá las comedias familiares empiezan a tener menos tirón en los cines, salvo algunas excepciones ¿vais a seguir apostando en Atresmedia Cine por este género?

J.O.A: "Nosotros seguimos embarcados en comedias familiares, pero en muchos casos por inercia. Tenemos tres o cuatro comedias para el año que viene, pero no hay muchas más previstas a partir de ahí. Ahora tenemos el rodaje en Barcelona de una película juvenil de baile, también hemos acabado el rodaje de un *Coming of Age* con una directora novel, es cierto que vamos a probar cosas distintas".

A451: ¿Qué me puedes decir de la evolución de vuestros títulos estrenados este año en los cines?

J.O.A: "Este año hemos estrenado en cines menos películas que en otras ocasiones, al final estamos en siete estrenos, frente a los 12 del año pasado y hasta ahora todos han ido bastante bien. Todas las películas que hemos estrenado están en el 'Top 10' nacional. 'Padre no hay más que uno 5', líder indiscutible con 13,6 millones de euros; 'Un funeral de locos' supera los tres millones de euros. Todavía en cartel está 'Sin cobertura' que va por más de 2,6 millones y 'Mikaela' superó el millón y medio de euros… Por otro lado, pronto estrenaremos la nueva película de David Trueba, 'Siempre es invierno', que es una película más pequeña pero que esperamos que funcione bien. 'Siempre es invierno' sería nuestra gran apuesta de cara a la temporada de premios".



Jaime Ortiz de Artiñano

A451: ¿Qué destacarías de estos 25 años de Atresmedia Cine?

J.O.A: "Yo llevo los últimos tres años como director general de Atresmedia Cine, que en sus 25 años de historia ha invertido más de 500 millones de euros en cine español, hemos participado en más de 180 películas y hemos generado más de 30.000 puestos de trabajo, directos e indirectos. Entre las películas hay títulos como 'La isla mínima', ganadora del Goya a la mejor película y que sacamos adelante junto a José Antonio Félez, recientemente desaparecido y al que creo que debemos recordar y reivindicar como persona y profesional. Una gran pérdida".

A451: ¿Habrá continuidad en la estrategia de Atresmedia Cine o estáis pensando en introducir algunos cambios?

J.O.A: "Ahora sí nos gustaría revisar el plan de Atresmedia Cine para los próximos años. Tenemos 2026 y 2027 ya cubiertos, pero nos gustaría repensar la estrategia de futuro porque hay mucho cambio normativo y creo que eso merece una reflexión".

A451: ¿Qué es lo que más os afecta a nivel normativo?

J.O.A: "Una de las cosas que más nos afecta es la falta de reglamento de la Ley de Comunicación Audiovisual, lo que genera mucha incertidumbre e inseguridad jurídica. El cumplimiento de la obligación de inversión en cine nos lo computan un año después y nos aplican criterios a veces sin mucho sentido, porque no existe un reglamento claro dónde agarrarse. Necesitamos seguridad jurídica y en función de cómo sean las reglas del juego a partir de ahora, cambiaremos de estrategia o nos lo replantearemos el modelo actual".

A451: ¿Qué le pedís a ese reglamento?

J.O.A: "Nosotros cumplimos la Ley pero necesitamos que la Ley sea clara, prefiero un reglamento malo que no tenerlo… me puede no gustar, pero sé a lo que tengo que atenerme".

A41: También había problemas con las películas en lenguas cooficiales ¿no es así?

J.O.A: "Por ejemplo, nosotros estamos trabajando en un proyecto en aranés, pero necesitamos saber cómo se va a concretar todo lo referente a las lenguas cooficiales, porque no es fácil levantar determinados proyectos. Hay solo 8.000 personas que hablan aranés, no hay prácticamente actores. Por eso pedimos esa precisión en la normativa".

A451: ¿Cómo llegan los diferentes proyectos a Atresmedia Cine?

J.O.A: "Hemos hecho un poco de todo, desarrollar desde dentro, contar con los proyectos que nos presenta el talento conocido, descubrir proyectos en mercados… no hay una forma única para seleccionar un proyecto.

Sin ir más lejos, ahora vamos a rodar una película en gallego que se titula, 'A morte nos teus ollos', que la descubrimos en un evento de *pitching*. Está basada en un crimen de los años 80 y es una historia estupenda".

A451: Por cierto ¿estáis utilizando en vuestros procesos de producción alguna herramienta de Inteligencia Artificial?

J.O.A: "Nosotros tenemos mucho cuidado con la Inteligencia Artificial. En ningún caso utilizamos herramientas de IA para la fase de desarrollo ni análisis de guion. En absoluto pensamos en estas herramientas para los procesos creativos, por ejemplo, nos da miedo subir lo guiones para analizarlos, esto me pilla ya un poco mayor. Sí puede usarse en algunos procesos de postproducción de nuestras películas, donde creo que es muy útil".

A451: ¿Cómo es la relación de Atresmedia Cine con otros actores del grupo? ¿Qué tipo de sinergias se generan?

J.O.A: "La sinergia con el grupo es constante, claro. De manera puntual, puede haber un proyecto de serie que por algún motivo no encaja y Montse García, directora de Ficción de Atresmedia, me llama para ver si puede tener sentido para una película y a la inversa en mi caso. Pero sobre todo, la colaboración con la cadena es para la promoción de nuestras películas, que es fundamental para su éxito. La promoción de las películas en nuestros canales es la clave del éxito en cines. Nosotros llevamos este año una cuota de mercado del 45 por ciento y eso no sería posible sin la promoción que se hace desde la cadena".

A451: Otro de los problemas de los últimos años es el incremento de los presupuestos de producción ¿Cómo se afronta esto?

J.O.A: "Los costes de producción se han incrementado un 25 por ciento en los últimos años, con el añadido de que ha bajado mucho la asistencia al cine. Las plataformas tienen un oferta de cine inmensa y el público cada vez es más exigente. Estamos en torno al 20 o al 25 por ciento menos de espectadores respecto a las cifras previas a la pandemia y el público es cada vez más selectivo. Se necesitan películas grandes, ambiciosas, como ahora 'El cautivo' o el año que viene 'Karateka', que estrenaremos nosotros, para que la gente tenga una motivación para pagar por una entrada. Esto, claro está, entraña mayor riesgo porque son películas más caras y tenemos un sistema de financiación que no está hecho bien para este tipo de películas. Hay que ser cada vez más ingeniosos y jugar con todas las cartas posibles para poder levantar grandes presupuestos, esa es la realidad".

A451: Y los incentivos fiscales son fundamentales en esta nueva realidad…

J.O.A; "Claro, los incentivos fiscales son una muy buena herramienta, como también lo son las ventas internacionales.



María Luisa Gutiérrez (Bowfinger) y Jaime Ortiz de Artiñano (Atresmedia Cine)

Muchas veces nosotros conseguimos pre-vender nuestras películas en todo el mundo, lo que nos permite realizar estos proyectos ambiciosos. Mira, 'Karateka' ha sido adquirida por Netflix para todo el mundo y eso nos ha permitido financiar un presupuesto más ambicioso. Estamos hablando de una película de en torno a siete millones de euros. De estas películas más ambiciosas, con esos presupuestos elevados, podemos hacer dos al año y el resto estarían entre tres y cuatro millones de euros".

'Karateka'

A451: Solo hace unos años algunas estas películas de cuatro millones de euros costaban 2,5 millones…

J.O.A: “Así es, hace unos años estas películas eran mucho más baratas y además no se estrenaban tantas películas como ahora. Eso tampoco es nada nuevo, la acumulación de estrenos nacionales cada semana. Este otoño viene cargado y además de muy buenas películas españolas”.

A451: ¿En qué película que no habéis participado te hubiera gustado estar?

J.O.A: “Me hubiera encantado producir una película como ‘Los domingos’, que es muy buena. Yo hablo mucho con Alauda y espero que algún día se dé. En Atresmedia Cine nos gustaría seguir trabajando con grandes cineastas españoles como Alauda, los Moriarti, Arantxa Echevarría, Marcel Barrena, Alberto Rodríguez…”

A451: ¿Os están quitando las plataformas proyectos con sus producciones originales?

J.O.A: “Depende de lo que califiquemos como Original. En principio, a nosotros las plataformas no creo que nos hayan quitado producciones. Si consideramos un Original a una película que solo va a la plataforma, para nosotros como planteamiento estratégico eso nos parece un error. La estrategia de nuestro grupo es el ‘ventaneo’, darle vueltas al título todo lo posible y esto nos permite acceder a diferentes públicos. Yo he visto grandes películas de una plataforma que solo se han estrenado ahí y no han salido a salas de cine y en pocas semanas desaparecen para siempre. Con las series ocurre lo mismo, tenemos ejemplos con algunas series nuestras que pasan por atresplayer, por nuestros canales y luego van a otra plataforma y luego incluso llega a una segunda plataforma externa más y vuelve a los primeros lugares del ranking. Esto, además de generar ingresos recurrentes, permite que la disfrute más gente, que llegue a más público. Con el cine lo mismo, ese es nuestro objetivo”.

A451: ¿Y cómo de importante es hoy la taquilla cinematográfica para Atresmedia Cine?

J.O.A: “Para nosotros, con nuestras películas, es fundamental la taquilla cinematográfica. Somos Atresmedia Cine, hacemos cine. Intentamos pre-vender la película a diferentes ventanas de explotación para poder producirla y donde podemos ganar dinero es precisamente en los cines, aunque cada vez sea más difícil. En nuestro caso, con el apoyo que conseguimos del grupo para la promoción, logramos siempre una cierta taquilla y a veces hasta taquillazos”.

A451: ¿Se compensan unas con otras?

J.O.A: “Claro, taquillazos como los de Santiago Segura compensan otras que no van tan bien, pero en general nuestras películas suelen ir bien en salas, siempre recuperamos gastos y muchas veces sacamos algo más. Pero la cosa está más complicada ahora, porque una película que antes hacía un millón de espectadores

ahora hace medio millón o menos. Un millón de espectadores es un éxito espectacular y llegar ahora a medio millón de entradas vendidas es ya un éxito. Una película como 'Sin cobertura', antes de la pandemia seguro que llegaría al millón de espectadores, ahora estaremos muy contentos si llega al medio millón, como parece que puede ocurrir. Luego, también depende de cada película, 'Marco' hizo el año pasado más de 200.000 espectadores y para esa película eso es muy buen resultado hoy. Cuando estrenemos la nueva película de David Trueba, 'Siempre es invierno', si pasamos del millón de euros, pues ese es el resultado que esperamos, con 'Sin cobertura' si estamos entre los 2,5 millones de euros y los tres millones, pues ese es el resultado y ya sería un súper éxito con seis millones de euros en los cines. Con la anterior película de David Trueba, 'Saben Aquell', logramos alrededor de un millón de euros que estuvo muy bien y luego llegó 'Casa en llamas' con más de tres millones, que fue un exitazo".

‘Padre no hay mas que uno 5’

A451: Pero no todo se puede medir en términos de taquilla, claro…

J.O.A: “A cada película le tienes que pedir lo que puede hacer, pero nosotros tenemos tres pilares fundamentales para el cine que hacemos: taquilla, relevancia

social y cultural y emisión en televisión. El peso de cada uno de estos pilares depende de cada película, en cada una es distinto. Hay películas como las de Santiago Segura que cumplen los tres requisitos y hay otras como 'Marco' que en taquilla tienen menor peso, pero tienen mayor relevancia artística y un buen pase de cadena. Nuestras películas tienen que cumplir estas tres premisas, pero con peso distinto".

A451: ¿Y que queda excluido entonces?

J.O.A: "Nosotros ya no queremos entrar más en películas de animación y terror porque estas películas no funcionan bien en la emisión en nuestros canales, a no ser que sea algo muy especial, como por ejemplo ocurrió con una película de animación 'Buffalo Kids'. En filmes como estos sí entraremos siempre. El cine de terror para la televisión en abierto es más complicado, mientras que el cine familiar funciona en los cines y en la cadena. Luego hay otros títulos como 'Marco' que logran premios, en los cines van bien, pero en cadena funcionan peor que el cine familiar, pero también funcionan. Lo ideal es buscar una mezcla, pero lo que tenemos claro es que no vamos a hacer algo que no se pueda emitir en nuestros canales o que no tenga ninguna previsión de taquilla o no tenga relevancia. 'Buffalo Kids' funcionó en los cines y tenía gran relevancia social por su temática".

A451: ¿Cómo es la relación con atresplayer?

J.O.A: "Para atresplayer el cine no es estratégico, pero sí nos gustaría que en algún momento nuestro cine esté también en nuestra plataforma. Ahora eso no pasa, porque además atresplayer no puede competir con lo que pueden pagar por nuestras películas otras plataformas como Netflix. Como productores, a nosotros las plataformas nos han venido muy bien para financiar nuestras películas, estamos encantados con ellas, porque hoy son una pata muy importante de la financiación. Por eso nosotros creemos en animar la película en las diferentes ventanas y creemos mucho en la sala de cine como primera ventana, con un mínimo de 90 días o 120 días de exclusividad. Luego seguir por la ventana de pago en alguna plataforma, luego la televisión en abierto, después volver a una o más plataformas… ese es nuestro modelo".

PRODU JORNADAS 2025

TELEVISIÓN

Mar Martínez de Atresmedia: "Apostamos por la convergencia lineal y OTT"

8 de octubre de 2025



Mar Martínez Raposo, directora general de Atresmedia Internacional

Para Mar Martínez Raposo, directora general de Atresmedia Internacional, la 35° edición de Jornadas de Buenos Aires tiene un valor estratégico como punto de encuentro relevante para la industria del cable y el video en América Latina.

"Jornadas es un evento estratégico y una reunión muy importante que congrega a la industria, especialmente a operadores y protagonistas de la región", afirmó Martínez Raposo. "Es fundamental tomar el pulso a este último tramo del año, especialmente en Argentina, un país grande y clave para el negocio de la televisión de pago donde el mercado, pese a los desafíos recientes, se está consolidando".

Atresmedia Internacional mantiene una sólida distribución de sus cuatro canales lineales: Antena 3, Atreseries, Atrescine y Atres Series, con buena tasa de penetración en la región. Sin embargo, el foco actual de la compañía está en la integración de su plataforma streaming. "Recientemente lanzamos nuestra

OTT, Atresplayer, que es la que ahora está en un proceso intenso de integración con los operadores", explicó Martínez Raposo. "Este es el trabajo al que dedicamos más tiempo ahora. Es nuestra manera de complementar los canales lineales y de que el contenido llegue a más dispositivos, a más público y a más gente".

La ejecutiva señaló que la estrategia de distribución a través de la OTT es la respuesta de la programadora a la pérdida de abonados en la televisión tradicional y la necesidad de garantizar que el contenido continúe accesible y relevante en cualquier plataforma.

Martínez Raposo reconoció que la industria vive un momento de "cierta inseguridad" ante la transición. El mercado argentino, que ha pasado por una etapa complicada para las empresas extranjeras en términos de pagos al exterior, ha comenzado a normalizarse y a consolidar su estructura con movimientos como la reestructuración de grandes jugadores.

"Creo que nadie tiene ni idea, pero afortunadamente los grandes operadores están apostando por esto, están invirtiendo y buscando la manera de seguir ligados al suscriptor", comentó. "Nuestra idea es seguir estando en esa 'cosa', sea cual sea su nombre en cinco años. El contenido audiovisual sigue siendo importante, de hecho, el consumo en su mayor parte es audiovisual. La importancia de esto está clara".

Martínez Raposo señaló que la meta de Atresmedia Internacional es seguir innovando para que sus contenidos, independientemente de la tecnología de distribución, sigan siendo un pilar del consumo audiovisual en América Latina.





Atresmedia, Jornadas Internacionales

La plataforma OTT, atresplayer, ya se ha integrado a una veintena de operadores en la región, con miras a crecer ese número en el corto, mediano, y largo plazo.

Por Rosa Fuentes, desde Buenos Aires

Durante su participación en Jornadas Internacionales 2025, Mar Martínez Raposo, directora de Atresmedia Internacional, comentó a **ttvnews** el fuerte impulso que el grupo español está dando a su plataforma OTT, atresplayer, en Latinoamérica, mediante su integración en los principales operadores de televisión paga de la región.

«atresplayer ya se ha integrado con casi una veintena de operadores de TV paga en Latinoamérica, y seguimos ampliando esas integraciones», señaló Martínez Raposo.

Entre los acuerdos alcanzados se encuentran VTR en Chile, Claro Video, Simple Televisión y diversos operadores locales y regionales.

«Hay operadores como Claro Video que llevan la oferta de atresplayer a todos los países donde tienen presencia en Latinoamérica, y otros que son locales, como VTR en Chile», detalló.

La ejecutiva explicó que este proceso forma parte de una estrategia que busca complementar la oferta lineal de los cuatro canales internacionales del grupo, Antena 3, A3 Series, Hola TV y A3 Cine, con una experiencia digital más completa.

«Venimos impulsando mucho nuestra plataforma OTT, que creemos que complementa muy bien la oferta de contenidos de los canales. Estamos logrando muchas integraciones para reforzar y completar la propuesta de contenido de Atresmedia», subrayó.

El interés por atresplayer crece en la región, impulsado por la necesidad de ofrecer nuevas formas de consumo. «Aunque la gente sigue viendo el canal lineal, hay que ofrecer el contenido de otra manera, y nuestra aplicación es perfecta para eso», afirmó Martínez Raposo.

En cuanto a programación, la ejecutiva destacó el dinamismo del catálogo de Atresmedia, tanto en sus canales como en la plataforma. «Ahora hemos arrancado en Antena 3 una nueva edición de La Voz, que es nuestro contenido estrella, un espectáculo musical que despierta muchísimo interés en España y fuera. En A3 Series estrenamos cada mes una serie fuerte de producción propia: en septiembre fue Cristo Rey, ahora Entre Tierras, y vendrán otros títulos», comentó.

Martínez Raposo también recordó la sólida trayectoria del grupo en el continente: «Con Antena 3 el año que viene cumpliremos 30 años de presencia en América. No llegamos ayer, ya llevamos 30».

Finalmente, adelantó que Atresmedia también está explorando la expansión de sus canales FAST, que ya emiten en Estados Unidos a través de Roku, hacia otros países de la región. «En Estados Unidos el modelo FAST está más consolidado, y haber entrado en una plataforma grande como Roku fue el primer paso. Ahora estamos evaluando opciones para llevarlos a otros mercados», concluyó.

LA RAZÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,77
AVE: 36915 €
ÁREA: 630 CM² - 80%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 52797
OTS: 134000
SECCIÓN: PORTADA

10 Octubre, 2025



ATRESMEDIA



Atresmedia, referente internacional en el **Mipcom**

Acude a Cannes como el grupo que más series ha producido y estrenado en los últimos años y motor de la industria española





Aspecto del estand de Atresmedia en el Mipcom 2025

Luis R. Camero. MADRID

Entre el día 13 y 16 de octubre tendrá lugar en el Palais des Festivals de Cannes el mayor escaparate audiovisual del mundo, el Mipcom 2025, que celebra cuatro décadas de historia, y se ha convertido en el evento imprescindible para la compraventa internacional de contenidos de televisión. La cita atrae a profesionales de la industria de más de 110 países y recibe anualmente más de 13.000 visitantes, incluyendo compradores, productoras, distribuidoras, plataformas OTT y broadcasters.

Atresmedia vuelve a aterrizar para presentar sus apuestas de ficción y consolidar, una vez más, su posición como gran factoría española de éxito global y auténtico referente del audiovisual en español.

Durante años, Atresmedia ha cimentado una identidad marcada por la excelencia, la innovación y la constancia, convirtiéndose en un referente de la ficción española dentro y fuera de nuestras fronteras. Su modelo de producción, apoyado en historias de calidad y en la colaboración con grandes talentos, ha sido clave para consolidar su liderazgo en el ecosistema audiovisual internacional. Por ello, el Grupo vuelve a apostar por la ficción entre los géneros clave de su expansión global; una estrategia que hasta ahora ha resultado ser todo un éxito. La ficción nacida en Atresmedia ha conseguido en las últimas décadas consolidarse en mercados internacionales y triunfar en países de todo el mundo, convirtiéndose muchas de esas producciones en auténticos fenómenos globales.

Entre los títulos más destacados está «Sueños de Libertad» y «¿A qué estás esperando?»

También tendrán un papel clave tres originales: «La Ruta Vol.2», «Mariliendre» y «33 días»

Atresmedia Sales, distribuidor clave en el mercado global, refuerza su papel como actor fundamental en el panorama internacional de contenidos. En esta nueva edición del Mipcom, contará con su propio estand (espacio Riviera R7.J1) desde el que presentará sus grandes títulos, reafirmando su capacidad para llevar la mejor ficción española a audiencias de todo el mundo. Entre los títulos más destacados está «Sueños de libertad», la ficción más vista de la TV en España y líder indiscutible cada tarde. «Un intenso drama de época sobre la búsqueda personal de una mujer que anhela romper las cadenas del pasado». También la comedia romántica «¿A qué estás esperando?», serie que retrata con frescura las segundas oportunidades en la era digital. Ha sido renovada para una segunda temporada tras su estreno en atresplayer. A ellas se suma «Las hijas de la criada», presentada en el FesTVal, una apasionante adaptación del éxito literario de Sonsoles Ónega, ganador del Premio Planeta 2023, centrada en secretos familiares, ambición y redención, cuyo estreno en atresplayer está previsto para el 30 de noviembre antes de emitirse en Antena 3.

Paralelamente, en el Mipcom 2025 también tendrán un papel clave tres ficciones originales de atresplayer. Entre ellas, «La Ruta Vol. 2. Ibiza», presentada en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián en septiembre, una nueva inmersión en la cultura club y las metamorfosis emocionales de una generación marcada por la libertad y el exceso, que aterrizará en exclusiva en la plataforma el próximo 26 de octubre; Mariliendre, la primera serie original musical de atresplayer; y «33 días», la primera serie creada por el prestigioso periodista de investigación Carles Porta que aterrizará en la plataforma en 2026.

Atresmedia es el grupo que más series ha producido y estrenado en los últimos años, reafirmando su compromiso con el sector y su papel como gran impulsor de la industria nacional. Un éxito que se refleja dentro de sus principales ventanas: con Antena 3, cadena líder de la televisión, que reina también en el terreno de la ficción. Y con atresplayer, la plataforma española líder, que cuenta con la ficción como su apuesta central.



Imagen de la entrada al Palais des festivals de Cannes durante el MIPCOM 2024 · Fotografía: Palais des festivals

INDUSTRIA

Mediapro y Atresmedia dan a conocer los títulos con los que acudirán al MIPCOM 2025

Ambas, junto a decenas de compañías españolas, estarán presentes en Cannes entre el 13 y 16 de octubre para dar a conocer sus contenidos de ficción y no ficción

REDACCIÓN KINÓTICO 10.10.2025

Del 13 al 16 de octubre, el Palais des Festivals de Cannes volverá un año más a convertirse en centro de la industria audiovisual con la celebración de una nueva edición del MIPCOM. A solo unos días de que el mercado arranque, algunas de las compañías españolas que acudirán allí con sus producciones, como es el caso de The Mediapro Studio Distribution y Atresmedia Sales, ya han dado a conocer los contenidos con los que harán el desembarco. Además, como cada año, Audiovisual from Spain contará con su propia ubicación como centro neurálgico del mercado español, Catalan Films & TV aglutinará a las empresas catalanas y las del País Vasco compartirán ubicación.

The Mediapro Studio Distribution ha hecho saber, vía comunicado, que entre las novedades de ficción que llevaré este año el MIPCOM se encuentra la nueva serie de Diego San José, 'Yakarta', que se verá en Seminici antes de su estreno en Movistar Plus+. También estarán en Cannes 'Raza brava' (presentada hace poco en Ibereries & Platino Industria), 'El resto bien' y 'Fusión', y las películas 'Laponia', 'El talento' y 'Mesa de regalos'. Además, en su cartera rumbo al mercado francés viajarán también 'El 47', 'Celeste', 'El mal invisible' y 'Los cinco'. En el capítulo de no ficción, han incluido títulos ya estrenados como 'El Conquistador', 'Futuro imperfecto' y '400' y novedades como 'El Camping' y el documental 'Los Williams'. A los que se suman 'Atrápame si puedes', 'Yo sé más que tú' y 'El intermedio'.

Por su parte, Atresmedia Sales contará esta vez con su propio 'stand' para dar a conocer sus contenidos. De Antena 3 lleva uno de los buques insignia de su programación más reciente, la serie 'Sueños de libertad' y la recién renovada por una segunda temporada, '¿A qué estás esperando?'. Presentará también la adaptación de la novela de Sonsoles Anega, 'Las hijas de la criada', cuyo estreno en la plataforma Atresplayer está previsto para noviembre. Precisamente bajo este sello, contarán con su parcela de protagonismo 'La Ruta Vol. 2. Ibiza' (con fecha de estreno el 26 de octubre), 'Mariliendre' y '33 días', de Carles Porta.

A la espera de que den a conocer los títulos que llevarán al MIPCOM, estarán allí presentes, según se puede ver en la lista de confirmados del evento, con su propio 'stand' RTVE, Movistar Plus+ International, DeAPlaneta Entertainment y Mediterráneo Mediaset España Group como parte de Mediaset Group. Más allá de los reseñados, se sabe que Beta Film estará presente con 'Arcadia', 'Pubertat' y 'El inmortal'; ZDF Studios lleva 'Weiss & Morales'; y que irá 'El clan Olimpia' (Disney+), de la francesa Wild Bunch y coproducida por Tornasol Media, Par Producciones y Gloriamundi.

Bajo el paraguas del espacio de Audiovisual from Spain los visitantes del MIPCOM encontrarán Abi Pictures, Able&Baker, Amuse Animation, Anafilms Productions, Anima Kitchent, Arait Multmedia, Artico Distribution, Atomis Media, Boxfish TV, Brands & Rights 360, Filmax, Digitoonz Spain, Divisa Red, Dubme IO, EGEDA, Ficción Producciones, GECA, Galerna Content, Gloriamundi Producciones, Go Global, Krakatoa Bridges, Mad Sonido, MBC Servicios Audiovisuales, Media Solution, Onza Distribution, Locationow, Plano a Plano, El Reino Infantil, Satisfaction Iberia, Scenic Rights, Secuoya Studios, Squirrel Media, You First Originals, Video Mercury Films, B-Water Animation Studios y Wild Stories Distribution; y las entidades públicas Canary Islands Film y su Cluster Audiovisual y la Axencia Galega Das Industrias Culturais (Agadic). Catalan Films & TV contará con su propio espacio para las compañías catalanas y las del País Vasco estarán presentes igualmente en una ubicación conjunta.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

La ficción ‘Yakarta’ y el formato propio ‘El camping’, entre las novedades de The Mediapro Studio Distribution para MIPCOM 2025

Por Redacción AV451 - 9 octubre, 2025

The Mediapro Studio Distribution (TMSD) acude a MIPCOM Cannes 2025 con un nuevo catálogo de producciones de diferentes formatos y géneros. La compañía mantiene su stand en el espacio Riviera.

Javier Esteban, director de Internacional de The Mediapro Studio, comenta que «MIPCOM sigue siendo el gran punto de encuentro internacional donde convergen tendencias, contenidos y conversaciones clave del sector. Es el espacio ideal para compartir nuestras novedades, fortalecer vínculos y entender hacia dónde se mueve la industria en este momento apasionante de transformación.»



‘Yakarta’. Fotografía de Manolo Pavón.

Entre las series de ficción destaca **‘Yakarta’**, original de Movistar Plus+ coproducida con 100 Balas y Buendía Estudios, que reúne de nuevo al equipo principal de ‘Celeste’, con Diego San José al frente como creador y Elena Trapé como directora.

'Yakarta' está protagonizada por Javier Cámara y Carla Quílez y se estrenará el 6 de noviembre. TMSD tiene los derechos de distribución internacional.

También 'Raza Brava', producción chilena de DeCulto en coproducción con Atómica Group, Wild Sheep Content y The Mediapro Studio, ambientada en el universo del club de fútbol chileno Colo-Colo, y 'El resto bien', serie original de Flow, en coproducción con Cimarrón y Oficina Burman (compañías de The Mediapro Studio), creada y codirigida por Daniel Burman. 'El resto bien' es una comedia en torno a la crisis existencial de un escritor de cómics en sus 50 años. Actualmente está en rodaje en Uruguay y TMSD gestiona su distribución internacional.

La propuesta también incluye largometrajes como **'Laponia'**, dirigida por David Serrano a partir de la obra de teatro de Cristina Clemente y Marc Angelet, actualmente en postproducción; **'El talento'**, coproducción de reposado P.C. y The Mediapro Studio, protagonizada por Ester Expósito y dirigida por Carlos Polo Menárguez, que es autor del guion junto a Fernando León de Aranoa; y **'Mesa de regalos'**, uno de los grandes éxitos de taquilla en México de esta temporada, una comedia romántica muy contemporánea, dirigida por Noe Santillán López, con José Eduardo Derbez y Cassandra Sánchez, posicionada entre las 20 películas más vistas de la historia del país. La película se emite actualmente en Disney+ en América Latina.

Además, TMSD también representa los derechos de distribución de las producciones internacionales **'Fusión'**, thriller islandés coproducido con Arte, ACT4 y SKOT Productions, estrenada recientemente en el operador islandés Simmin con una excelente acogida; y **'Los cinco'**, adaptación de las novelas de Enid Blyton, coproducción de MoonagePictures, byNWR y The Mediapro Studio para BBC. TMSD distribuye la serie en España, Portugal e Iberoamérica.

Títulos de no ficción

La compañía también acude con su catálogo de formatos de entretenimiento y no ficción, como **'El Conquistador'**, el reality de supervivencia de éxito prolongado en ETB que estrenará próximamente su versión para TelevisaUnivision. O **'Futuro imperfecto'**, el programa de El Terrat (The Mediapro Studio), presentado por Andreu Buenafuente, que acaba de regresar al prime time de La 1.

Además, presenta **'El Camping'**, nuevo formato de Globomedia (The Mediapro Studio) de creación propia, que reúne a seis personas con síndrome de Down y voluntarios para renovar un camping.

El documental **'Los Williams'**, producido por Kanaki films, sobre los futbolistas Iñaki y Nico Williams, es otro de los contenidos, junto a otros títulos considerados ya clásicos como **'400'**, formato creado por El Terrat que explora el humor a

través de la convivencia con diferentes asociaciones y colectivos sociales; y las producciones de Globomedia **'Atrápame si puedes'**, concurso que cuenta hasta con 11 versiones para cadenas autonómicas en España; **'Yo sé más que tú'**, galardonado con un Premio Ondas; y **'El intermedio'**, ya en su vigésima temporada.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

España acude a MIPCOM 2025 con más de 300 representantes

Por Redacción AV451 - 9 octubre, 2025

MIPCOM Cannes 2025 abrirá sus puertas el próximo lunes 13 de octubre con la previsión de recibir a más de 10.000 profesionales de más de 100 países distintos.

La delegación española superará los 300 ejecutivos, según se puede observar en la relación de acreditados para este mercado de compra-venta que se celebra cada año en Cannes. RX France, organizadora del evento, ha iniciado una nueva era abriendo el programa de conferencias y el espacio expositivo a compañías del entorno digital como YouTube o Webedia, entre otras, para reflejar la revolución de la industria audiovisual y su convergencia con otras plataformas de consumo y de acaparación de la atención del público.



La presencia española

Además de los pabellones conjuntos de diferentes instituciones públicas que fomentan la internacionalización del sector español, participarán con su propio stand **RTVE**, en el que debuta su nuevo director comercial, Javier González, **The** Mediapro Studio Distribution, Movistar Plus+ International, DeAPlaneta Entertainment, y como novedad, Atresmedia Sales, que se independiza del stand

de ICEX y contará con su propio espacio en el edificio Riviera. Además, el equipo de Mediterráneo Mediaset España Group volverá a estar integrado en el espacio de Mediaset Group.

Igualmente, la presencia de títulos españoles disponibles para su venta internacional volverá a estar diseminada por diferentes partes del Palais des Festival de Cannes, dado que compañías como **Beta Film** incluyen en su catálogo series como 'Arcadia', 'Pubertat' o 'El inmortal'; o **ZDF Studios**, que gestiona 'Weiss & Morales'. También la francesa **Wild Bunch**, a cargo de la distribución de 'El clan Olimpia', ficción coproducida por Tornasol Media, Par Producciones y Gloriamundi, adquirida por Disney+ para su estreno en Lationamérica y España. O las productoras participadas por **Banijay Iberia**, que estarán ubicadas en el stand del grupo justo a las puertas del Palais des Festivals. En la zona de stands de MEDIA, el programa de la Unión Europea, se alojarán agencias de ventas internacionales como **Latido Films**, especializada en largometrajes cinematográficos, o **3boxmedia**, dedicada al género documental.

Así, dentro del pabellón español, **Audiovisual from Spain**, ubicado, como siempre, en el espacio Riviera, acudirán Abi Pictures, Able&Baker, Amuse Animation, Anafilms Productions, Anima Kitchent, Arait Multmedia, Artico Distribution, Atomis Media, Boxfish TV, Brands & Rights 360, Filmax, Digitoonz Spain, Divisa Red, Dubme IO, EGEDA, Ficción Producciones, GECA, Galerna Content, Gloriamundi Producciones, Go Global, Krakatoa Bridges, Mad Sonido, MBC Servicios Audiovisuales, Media Solution, Onza Distribution, Locationow, Plano a Plano, El Reino Infantil, Satisfaction Iberia, Scenic Rights, Secuoya Studios, Squirrel Media, You First Originals, Video Mercury Films, B-Water Animation Studios y Wild Stories Distribution. El stand R7.J11 albergará el ya clásico cóctel de networking en la tarde del miércoles.

Igualmente, el pabellón de Audiovisual from Spain acogerá a las entidades públicas **Canary Islands Film**, y la Axencia Galega Das Industrias Culturais (**Agadic**), así como el **Cluster Audiovisual de Canarias**.

Por su parte, **Catalan Films & TV** contará con su propio stand y una delegación de cerca de 50 empresas catalanas: Aguacate & Calabaza Films, Arcadia Motion Pictures, Distinto Films, Lavinia Audiovisual, Limmat Films, Mago Production, Mediacrest, Mega TV, NewCo Audiovisual, Peekaboo Animation, Satisfaction Iberia, Siesta Entertainment, Tomavision, Van Velvet Studio, Zoomsport Films, DeAPlaneta Entertainment, Devised Coproduction and Distribution, IMC Toys Global, Minuto 90 Films, Motion Pictures Entertainment, Selecta Vision, Adrenalyn Media, Art Mood, Cesca Films, GoldBee Entertainment, Indigenius, Luk Internacional, Viveko Content, 3Cat-Televisió de Catalunya, AContra+, Filmin, Love TV Channels, My Networks Fast, Rakuten TV, The Channel Store, Filmax, Jambika Docs, Limonero Films y Sideways Films.

Desde **País Vasco** compartirán espacio en el Riviera EiTB, A Film to Kill for, Irusoin, Pausoka Entertainment, Expressive Media Projects y Txakoligorri, presidida esta última por Gerardo Iracheta.

Previamente a MIPCOM Cannes 2025, las compañías españolas han anunciado varios acuerdos de venta internacional, como es el caso de 'La favorita 1922' (Mediterráneo Mediaset España Group), adquirida por HBO Max para Latinoamérica. La misma plataforma de Warner Bros. Discovery ha comprado la serie diaria 'Sueños de libertad' (Atresmedia Sales), para Latinoamérica y Brasil. Por su parte, Disney+ Latam ha estrenado 'Los sin nombre' (Movistar Plus+ International).

CrossMedia juega un papel clave en la consolidación de RTVE Play



El primer barómetro FAST de la consultora GECA posiciona a la OTT RTVE Play, proyecto en el que CrossMedia (ES Media Group) ha colaborado transversalmente, como líder del ranking de plataformas gratuitas.

El estudio, pionero en el análisis del sector de servicios FAST en España, destaca la preferencia de los espectadores por RTVE Play. Más allá de contar con un amplio catálogo de cientos de películas, series, programas y contenido histórico del archivo RTVE, la OTT ofrece canales lineales en directo como La 1, 24 Horas y Teledeporte, así como exclusivos digitales como RTVE La Revuelta y RTVE Somos Cine, entre otros.

CrossMedia (CrossPoint) ha desempeñado un papel decisivo en el éxito de la plataforma, a la que ha acompañado en varias fases de su implantación, definiendo en cada momento sus áreas claves y conformando una solución que compite con los mayores referentes del mercado. Una de estas áreas ha sido la renovación de su reproductor de vídeo, el cual vino acompañado de un nuevo diseño accesible y funcional en todas las versiones del servicio: web, aplicaciones móviles y televisiones conectadas. Esta mejora del player ayudó a disminuir los

tiempos de carga, mejorar la calidad de los contenidos, definir las diferentes preferencias de audio o personalizar la apariencia del reproductor en los diferentes dispositivos.

Asimismo, CrossMedia ha aportado a RTVE Play importantes mejoras en la UX como el proyecto de personalización y recomendación. En colaboración con 24i, CrossMedia lideró la implementación de un sistema de recomendaciones personalizadas capaz de analizar el historial de consumo, perfil del usuario y sus preferencias para ofrecer contenido de manera dinámica y personalizada a cada perfil. Otro de los hitos de la compañía fue poner en marcha una plataforma integral de analíticas centrada en la medición cuantitativa y cualitativa de los eventos que ocurren en la capa del cliente, tanto a nivel de player como de la aplicación. Gracias a ello, se ofrecce un análisis en tiempo real del rendimiento y la experiencia de usuario en RTVE Play, y ayudando, entre otras cuestiones, a optimizar la calidad del streaming, conocer el tránsito del usuario en la app, así como mejorar el engagement de su audiencia. La introducción del sensor de Conviva ha sido clave para ampliar la recolección del dato.

CrossMedia también ha sido proveedora y responsable del servicio de distribución de contenidos (CDN) de toda la plataforma RTVE Play, que facilita la entrega de contenidos a los usuarios y que ha permitido a RTVE personalizar la distribución del contenido gracias a tecnologías serverless y despliegue de código en el Edge, soportando altas concurrencias para importantes eventos como la UEFA Nations League, el Benidorm Fest o lo que será el próximo Mundial de futbol de EE.UU en 2026. Además, ha implantado un servicio avanzado de protección WAF que mejora la seguridad de la plataforma, o un servicio de protección de origen de directos que impide el acceso desde Internet a usuarios malintencionados sin limitar el acceso a otros usuarios legítimos.

Estos despliegues de CrossMedia, a los que se suman otros proyectos específicos como la infraestructura del sistema de votaciones del pasado Benidorm Fest o el metadatado del archivo de RTVE con Inteligencia Artificial, han contribuido para ayudar a que RTVE Play se consolide como líder en el mercado de las OTT bajo demanda gratuitas españolas, tal y como explica Jorge Frías, head of digital media de CrossMedia: “Ha sido un placer colaborar activamente con el equipo digital de RTVE para aportar todo nuestro conocimiento a un desarrollo de referencia a nivel europeo como es RTVE Play. Nuestro equipo se ha volcado en mejorar algunos ámbitos a petición de RTVE, y poder conseguir llevar al siguiente nivel la plataforma. A día de hoy, seguimos inmersos en esta fructífera colaboración, lo cual nos alegra enormemente al seguir contribuyendo al gran éxito de este proyecto tan relevante en el panorama OTT, y que para nosotros supone un reto diario”.

Cveintiuno

Volver a Fundamentals

España es muy competitiva pero los crecientes costos laborales amenazan esa ventaja, advierten desde Silleras

Los fundadores de Silleras Asesores Jurídicos explican cómo trabaja el único despacho en España 100% especializado en el sector y qué aprendizajes extraen de atender más de 250 proyectos nacionales e internacionales al año.



'Los 4 fantásticos'

Fundado hace 19 años, el estudio de abogados español Silleras Asesores Jurídicos es un buen reflejo de la evolución que ha protagonizado el audiovisual de España en los últimos años.

Es que mientras que el país se ha posicionado en este tiempo como un polo audiovisual capaz de realizar grandes producciones para el exterior y contenidos locales que le dan la vuelta al mundo, Silleras -el único despacho en España 100% especializado en el sector audiovisual- ha pasado de tener un solo empleado a contar hoy con una plantilla de 53 profesionales.



Teresa Silleras

Y mucho tienen que ver los incentivos al audiovisual que ha impulsado España, grandes responsables de que el país sea hoy uno de los más competitivos del mundo a la hora de atraer rodajes internacionales.

En el caso de Silleras, eso se traduce en el trabajo con decenas de proyectos. En su web aparecen 41 títulos solo en 2025. "Esos son solo los ya estrenados", aclara el director financiero del despacho, César Silleras. "Estamos en una media de 250 proyectos al año".

Entre ellos destacan grandes producciones internacionales como 'El señor de los anillos: Los anillos de poder', 'Los 4 fantásticos', 'Venom', 'Jack Ryan' o 'The Walking Dead: Daryl Dixon'.

"En estos proyectos llevamos la parte laboral, estructurando tiempos, contratos y jornadas, pero también el cálculo del incentivo fiscal para maximizar la eficiencia de presupuestos, y en ocasiones también la contabilidad fiscal y el control de costes", explica César Silleras.

Al ser un bufete especializado en el audiovisual, su staff cuenta con jefes y coordinadores de producción, y muchos tienen experiencia en rodajes. Eso permite a Silleras conocer mejor que nadie las vicisitudes del sector. Y por eso ofrece un servicio los siete días de la semana, festivos incluidos, con atención al público de 12 horas al día.

Teresa Silleras, CEO y directora del departamento jurídico laboral de la firma, pone como ejemplo el rodaje este año de 'Los juegos del hambre: Amanecer en la cosecha' en España.

"Los incendios que hubo en Asturias nos obligaron a cambiar planes de rodaje completos y modificar contrataciones. Si no conoces de dentro este sector, donde estos improvistos pueden ocurrir, puede que no tengas esa disposición horaria o la solvencia para solucionarlos", señala la abogada.

En España Silleras también se ha involucrado en cientos de proyectos, donde además de la gestión laboral y fiscal, diseña la estructuración financiera con inversores locales y tramita el incentivo.

En su listado de títulos figuran películas como 'La sociedad de la nieve' de J.A. Bayona, 'El cautivo' de Alejandro Amenábar, 'El ser querido' de Rodrigo Sorogoyen o 'Amarga Navidad' de Pedro Almodóvar, y series como 'La Mesías' de Los Javis para Movistar Plus+, 'Olympo' para Netflix, 'Furia' para HBO Max o 'Mariliendre' para Atresmedia.



Rodaje de 'The Walking Dead: Daryl Dixon'

Sin embargo, el despacho no se limita a grandes nombres y productoras.

"También hacemos proyectos pequeños", detalla Teresa Silleras. "No estamos cerrados a ningún tipo de cliente, porque nos gusta apostar también por el talento joven, que son quienes más ayuda necesitan. Además, de allí saldrá el próximo Amenábar y nos encanta acompañar ese proceso".

Al hablar del lugar de España en el ecosistema global de atracción de rodajes, los socios destacan el buen posicionamiento del país, pero también avisan de algunas posibles amenazas.



César Silleras

Según un estudio de Profilm, la asociación de productoras españolas de audiovisual internacional, España ha superado en cantidad de rodajes a competidores europeos fuertes como Hungría o Malta, y países como Francia e Italia están muy por debajo por sus altos costos.

Y a ello se suma una ventaja decisiva: "La valía profesional del técnico español es espectacular, está a la cabeza de Europa con muchísima diferencia. Otros países ofrecen incentivos altos, pero cuando llegas allí no tienen el talento y no puedes hacer nada", añade Teresa Silleras.

Pero con unos costos al alza, y teniendo en cuenta que cerca del 70% del presupuesto de cualquier proyecto es laboral, advierte de que esa ventaja puede estar en peligro.

"Acabo de tener una reunión de un proyecto que está valorando venir a rodar el verano que viene a España, y su duda pasa por los costes. Porque es verdad que España es muy competitiva en su incentivo fiscal, pero tiene un incremento en costes laborales muy alto".

"Y la ley está hecha para que estos vayan subiendo poco a poco en los próximos años y eso puede inclinar la balanza. Porque el incentivo es bueno, ¿pero cuánto me cuesta hacer el producto en España frente al retorno que voy a tener y frente a lo que me sale en otros países?", se pregunta.

En la tecnología, como la inteligencia artificial y la virtual production, puede estar según Silleras parte de la solución.

"Si queremos seguir siendo competitivos, la inclusión de la tecnología va a ser inevitable", señala Teresa Silleras.

Y eso es algo que ya están viendo desde el propio despacho, que actualmente está involucrado en un rodaje en Navarra que se realizará 100% en interiores gracias a la virtual production, que ha permitido que un equipo de 90 personas haga el trabajo de 200.

"Yo creo que el sector está muy abierto a mejorar los flujos de trabajo para ser más productivos y eficientes", asegura.

De cara al futuro, Silleras Asesores Jurídicos busca mantener su posicionamiento como aliado clave del sector audiovisual, pero a la vez abrir nuevas vías vinculadas a las industrias creativas.

"Estamos apostando más fuerte por la publicidad y también explorando el sector musical. De hecho, vamos a producir un par de giras", adelanta. "Ampliar el concepto artístico más allá del audiovisual es un camino en el que ya estamos trabajando".

Pina Mezzera 24-09-2025 ©cveintiuno

(PARÉNTESIS MEDia)

Elena Neira: «Los algoritmos son males necesarios, pero condicionan nuestro gusto»

Por Aina Vall octubre 4, 2025

Elena Neira, profesora de los estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC y experta en medios digitales leva años analizando cómo las plataformas transforman la manera en la que consumimos contenidos. En su charla en el marco del mecal 360º, invitó a mirar de cerca los engranajes invisibles que deciden qué series, películas o canciones llegan hasta nosotros. Y en la conversación posterior que pudimos tener con ella insistió en una idea clave: los algoritmos no son neutrales, moldean nuestra atención y hasta nuestra memoria.



La maquinaria oculta de la selección

Neira define los algoritmos como «males necesarios». En un mundo saturado de información, son las piezas que ordenan el caos y lo convierten en algo navegable. Netflix, Spotify o YouTube no podrían funcionar sin esa capa invisible de curación automática. Pero esa misma maquinaria, que se alimenta de lo que más nos gusta, excluye inevitablemente aquello que no encaja en nuestros patrones de consumo. Y ahí aparece la paradoja: lo que nos facilita el acceso nos puede encerrar en una burbuja de lo familiar.

El poder de una miniatura

Uno de los elementos que se modifican según los gustos y que más puede sorprender es la estética de las portadas y las imágenes que acompañan los títulos (en el caso de Netflix). Cada usuario recibe una versión distinta, adaptada a sus intereses, con el objetivo de maximizar la probabilidad de un clic. Esta personalización, que en principio parece un recurso de marketing, roza a veces los límites de la manipulación. La plataforma no solo nos sugiere qué ver, también define cómo se nos presenta una obra, hasta el punto de distorsionar la visión original del creador.

Atención dirigida y memoria moldeada

Más allá de la superficie, las consecuencias tocan la esfera individual y social. Neira señala que nos estamos acostumbrando a delegar las decisiones en filtros externos. La atención se convierte en un recurso dirigido y la memoria, según apuntan algunos estudios, se resiente al estar mediada por sistemas que nos dicen constantemente qué consumir. Pero el impacto más profundo recae sobre el gusto: «Si siempre vemos más de lo mismo, ¿cómo puede evolucionar nuestra sensibilidad?», plantea. Aquí Neira recuerda la alegoría de la caverna de Platón, igual que los prisioneros solo podían ver las sombras proyectadas en la pared, los usuarios corren el riesgo de quedarse con una versión limitada de la realidad, mediada por filtros invisibles.

Entre la comodidad y la complacencia

La investigadora reconoce que escapar del algoritmo es imposible. El ecosistema digital está construido sobre esa lógica. Sin embargo, advierte del riesgo de la complacencia y la pereza. Su consejo es tener una actitud más proactiva, que implique esfuerzo, curiosidad y una búsqueda consciente fuera de las rutas más transitadas. Una especie de “desintoxicación digital” que permita reencontrar la sorpresa.

Ética y regulación en movimiento

El debate no se limita a lo individual. También hay preguntas sobre la responsabilidad de las compañías y el papel de la legislación. Neira señala que la mayoría de plataformas no actúan tanto en el diseño de los algoritmos, sino en la producción de historias más diversas. La regulación, en cambio, avanza con dificultad. «La inteligencia artificial evoluciona tan rápido que eh frecuencia tenemos la sensación de que estamos legislando algo que ya no existe«, explica. Y aunque empiezan a aparecer iniciativas éticas, la sensación es de permanente desfase.

Salir de la zona de confort

La respuesta, para Neira, pasa por combinar reflexión individual y responsabilidad colectiva. Ella utiliza el truco de abrir perfiles nuevos para comprobar qué ofrecen las plataformas a otros usuarios, explorar fuera de las recomendaciones automáticas y no dejar toda la iniciativa a los sistemas de filtrado. Porque, al final, el gusto y la cultura se forman también en el roce con lo inesperado, en ese pequeño esfuerzo que rompe la rutina digital.

LA RAZÓN
Televisión

Elena Martín Gimeno: «Siempre había querido hacer un papel de periodista y otro de política»

La actriz interpreta a una corresponsal en «El Centro», serie de Movistar Plus+



Elena Martín Gimeno Ana Belén Fernández

Patricia Navarro Madrid Creada: 09.10.2025

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) y se estrena hoy en Movistar Plus+. Y ahí es donde podemos ver a Elena Martín Gimeno como corresponsal de guerra. Un personaje con un amplio arco que le ha puesto al límite. Creada por David Moreno y dirigida por David Ulloa, la serie es una de las grandes apuestas de la plataforma y así lo hablamos con la intérprete.

¿Cómo ha sido la experiencia de «El Centro»?

Desde muy pequeña es algo que me ha fascinado. Le había dicho a mi representante que quería hacer un papel de periodista y otro de política.

Y le han llevado al extremo.

Sí, la verdad es que ha sido superinteresante. Y yo, como actriz, también tenía ganas un poco de salir de mi registro. Es muy divertido hacer un personaje que tiene una vida que no se parece en nada a la tuya. Soy una persona muy prudente. Tuve la oportunidad de entrevistarme con una corresponsal de mi edad, Cristina Solias, que es corresponsal en Moscú de TV3. Y tener la oportunidad de que me contara cómo ha sido su trayectoria, su vocación y la pasión que tiene ella por su trabajo, y

realmente lo que la mueve, lo que significa estar ahí donde pasan las cosas, y entender el mundo sin mediaciones. Entendí esa adrenalina. Una comprensión del mundo que yo no voy a poder tener nunca.

Todo lo que le ocurre a su personaje está en la intensidad.

Eso le decía a David. ¿No hay una jornada tranquilita? Hoy tengo que tener un ataque de ansiedad, mañana la escena de acción… Esto es superdivertido como actriz.

Además, su personaje tiene mucho recorrido.

Claro, porque yo hasta ahora he hecho pelis y cuando escribí «Veneno» con los Javis aparezco en un capítulo porque nos hacía gracia… pero no es un personaje con un recorrido. Entonces, tener la oportunidad de trabajar un personaje durante seis meses es chulísimo.

¿Qué ha sido lo que más le ha costado?

El personaje está en un momento muy frágil de su vida, en el que comete errores. Pero es una persona muy fuerte y con la piel dura, porque ha vivido muchas cosas. Entonces, como que se entienda que es una persona fuerte, con carácter, con iniciativa, y sin miedo en muchas cosas, pero a la vez…

¿Con fragilidad, no?

Sí, es muy romántico. Es una tía con una profesión y con unos valores superclaros, y los pone en riesgo por un duelo emocional.

¿Es dura consigo misma?

Sí, he aprendido a relajarme un poco porque también, como me he autodirigido en mis pelis, he visto mucho material. Eso te curte. Porque como actriz normalmente ves las tomas buenas, nunca ves las malas.

O sea que ha trabajado la indulgencia.

Sí. Eso ha sido mi gran escuela del perdón.

Casi que le dirijan es un acto de liviandad, ¿no?

Es una relajación, porque tengo la responsabilidad de generar un material que a ti te sirva. Pero tú tienes la responsabilidad de escoger entre este material. Entonces yo doy, doy, doy, y el otro construye. Amo seguir actuando para otros. Solo seguir actuando.

¿Le supuso un pico de estrés afrontar este trabajo?

Tenía muchos nervios porque, como actriz, no he trabajado en una serie, y quería hacerlo muy bien, y aprovechar la oportunidad y a la vez pensaba: «Elena, tienes que comprometerte a tomar riesgos». La cabeza te dice «¿Estaré sobreactuada?». Tuve que confiar en que David, si me veía sobreactuada, me iba a bajar. Y esa es la gracia de que te dirijan, que tú puedes soltarte.

¿En qué ha podido profundizar más?

Pues… He aprendido a gestionar la energía del personaje. Por ejemplo, si una escena te vas con la sensación de que no se ha entendido bien la toma y me ponía nerviosa… Luego pensaba… Hay seis capítulos, relájate. En esta escena no estás nerviosa. En la siguiente, cuando se saque el tema este que te pone nerviosa como personaje, vas a mostrar que lo estás. En una peli tienes poco tiempo y se condensa todo mucho más.

Ahora pasamos al momento del estreno, ¿le supone otro salto al vacío?

Sí, sí, sí. Y aparte es rarísimo porque, claro, la gente lo ve en su casa.

¿Prefiere la reacción?

Vengo del teatro. Yo necesito saber si el público se está riendo, está atento o está con el móvil..

ENTREVISTAS

Hablamos con el equipo de 'El Centro': los entresijos de la nueva serie de Movistar Plus+ que se sumerge en el CNI

POR **CARMEN DE LA PEÑA**
ACTUALIZADO 09 OCT 25 - 19: 11

Hablamos en exclusiva con el elenco protagonista de 'El Centro', la nueva serie española que estrena Movistar Plus+, sobre cómo ha sido adentrarse en la cara no visible del CNI: "Queríamos desmitificar cualquier cliché"



Movistar Plus+ ha estrenado este jueves 9 de octubre 'El Centro', su nueva gran apuesta de ficción, un thriller de espionaje que promete convertirse en uno de los títulos más potentes de la temporada. Creada por David Moreno y dirigida por David Ulloa, la serie cuenta con seis episodios de 50 minutos y ha sido desarrollada con la colaboración del Centro Nacional de Inteligencia (CNI), lo que aporta un grado de veracidad poco habitual en la ficción española. El reparto lo encabezan Juan Diego Botto, Tristán Ulloa, Elena Martín, Clara Segura y Elisabet Casanovas, entre otros.

La serie se sumerge en el mundo del espionaje nacional desde una perspectiva íntima y humana. La trama arranca con un asesinato que pone en jaque al CNI y desencadena una operación internacional que destapa tensiones con Rusia, así como la existencia de un posible topo dentro del propio centro. Más allá de la acción y la intriga, 'El Centro' se centra en los dilemas personales y profesionales de sus protagonistas, mostrando la vida cotidiana de quienes trabajan en la inteligencia española y el precio que deben pagar en lo personal por un oficio marcado por el secreto y la lealtad.

En esta apuesta coral destacan las interpretaciones de Elena Martín, que da vida a Elsa, una corresponsal de guerra atrapada en un suceso que marcará el rumbo de la historia; Clara Segura, que interpreta a Aitana, la recién nombrada directora de la Unidad de Contrainteligencia; y Elisabet Casanovas, que encarna a Belén, una joven agente que se enfrenta a la sospecha de un topo dentro del equipo. Junto a ellas, el elenco se completa con nombres como Israel Elejalde, Nacho Sánchez o David Lorente, consolidando una producción ambiciosa tanto en lo artístico como en lo técnico.

Durante el South International Series Festival, en El Televisero pudimos hablar en exclusiva con sus protagonistas, que compartieron detalles sobre la construcción de sus personajes y el reto de trabajar en una ficción asesorada directamente por el CNI. Sus declaraciones reflejan el espíritu de una serie que busca derribar clichés sobre el espionaje y mostrarlo desde un ángulo más realista, donde la vulnerabilidad y la humanidad de los personajes pesan tanto como la tensión del thriller.

¿Quiénes son vuestros personajes en 'El Centro'?

ELENA MARTÍN - Elsa, mi personaje, es una corresponsal de guerra que está haciendo un reportaje en El Salvador y una vez ahí le pasa algo que le cambia la vida y ese evento va a marcar los seis capítulos en los que intenta entender por qué ha llegado hasta ese punto, qué ha pasado, de dónde viene, y ahí es donde se cruzan caminos con estas mujeres para intentar, cada una con sus propios intereses, entender lo que ha sucedido y resolver el misterio.

CLARA SEGURA - Aitana es la directora de la Unidad de Contrainteligencia del CNI y es una mujer que hace poco que ha llegado a este cargo, con lo cual preferiría estar un poco más en la calle o en una operación de una forma más activa y no tanto de despacho y tanto de burocracia, pero justo le cae en un momento en que hay un asesinato de unos compañeros del centro, y esto va a desencadenar una operación nueva para saber qué es lo que ha pasado.

ELISABET CASANOVAS - Belén es una nueva integrante en la Unidad de Contrainteligencia del CNI, que forma parte de todas las operaciones que se van a llevar a cabo para dar continuidad a todo lo que pasa en el primer capítulo.

Paralelamente, como es una figura nueva en el CNI, puede colaborar de una forma bastante directa con la investigación de un posible topo que hay dentro del equipo.

Es la primera serie española que recibe asesoramiento en la fase de preproducción, por parte del CNI, ¿cómo ha sido trabajar con esta ayuda?

ELISABET - Sí, hemos tenido esa suerte de que nos han acompañado muy bien por parte de todo el equipo, la productora y demás, de ponernos en contacto con el CNI, que el CNI colaborara y la verdad que ha sido una gran suerte. Sobre todo porque la intención era desmitificar cualquier cliché que hubiera sobre el CNI y sobre un posible género de la serie. 'El Centro' es una mezcla de bastantes cosas más. Y eso ha sido muy interesante. Hemos compartido conversaciones muy interesantes y muchísimas dudas que teníamos y que seguimos teniendo también. Incluso rodando podíamos contar con ellos para resolver cosas que incluso se han modificado, de cosas pequeñeces que dan sentido a situaciones.

ELENA - En mi caso, yo tuve la oportunidad de hablar con una corresponsal que se llama Cristina Solías y fue muy importante para entender cómo alguien de mi edad, que eso implica que ha empezado más joven a dedicarse a esto, con lo cual, a una edad muy temprana, a ponerse muy en riesgo en favor de una idea, de una profesión, de una vocación, pues entender eso, que para mí era lo más importante a la hora de entender el personaje. Cómo es alguien que se dedica a esto y qué siente, qué relación tiene con el peligro, qué relación tiene con las demás personas que, en el caso de mi personaje, como también está muy atravesada por un tema personal y romántico, también entender cuáles son los vínculos de alguien que vive la vida viajando por el mundo con una adrenalina de ponerse en riesgo, con quién lo comparte, que eso es un tema que a ellas también las atraviesa de otra manera.

Para mí de las cosas más interesantes del proyecto y de la preparación y el hecho de escuchar a alguien que te lo cuenta porque lo ha vivido en primera persona ya tienes parte del trabajo hecho porque estás escuchando el tono de su voz, cómo se apasiona cuando cuenta algo, cómo le duele cuando te cuenta otra cosa. Y eso ya te está alimentando y te va modificando. Es muy agradecido poder interpretar un personaje que ha vivido cosas que no se parecen en nada a lo que has vivido tú, así que fue muy guay.

CLARA - Yo creo que también la voluntad un poco de la serie es precisamente esto, o sea, no tanto contar la operación en sí, sino un poco el día a día de esta gente. A mí me sorprendió, qué tontería, pero me sorprendieron las personas. "Ah, pero esta persona podría ser un profesor de primaria y esta chica podría ser una dependienta de..." no sé qué idea tenía yo, a lo mejor en la cabeza, de lo que era trabajar en un centro de investigación, pero me parecieron gente muy normal, pero que sí que es verdad que luego a la que vas hablando te das cuenta de que su trabajo no es lo normal. Y la serie sí que habla de esto, de ver qué le gusta cocinar a Michelin, por qué

a ella le sudan las manos, qué vida tiene el personaje que hace Isra, que cuida de su padre, que lo tiene que poner en una residencia, o sea, cosas normales, porque a Aitana le duele la espalda, que no quiere que la destinen, Crespo que le pasa con sus adicciones... A mí esto creo que es lo que me gusta de 'El centro'.

El CNI se ha visto en los últimos tiempos envuelto en polémicas como el apagón, ¿cómo creéis que esta serie puede alimentar o apaciguar el debate público sobre la trasparencia?

CLARA - En realidad, el CNI ha sido polémico cuando ha ido mal algo, pero en cambio no sabemos las cosas que hubiera sido un posible problema político, incluso atentado, y no ha pasado. Es decir que es verdad que se lleva la mala prensa, porque cuando se lleva la mala prensa es porque nos hemos enterado, pero seguramente que hay muy buena prensa que desconocemos y que ha funcionado. Y aquí no quiero entrar ya tanto en política y así, pero creo que precisamente la serie intenta saber quién hay detrás.

Se muestran en la serie ciertas tensiones con Rusia, ¿es también un reflejo de la situación que está atravesando actualmente Europa?

ELENA - En mi caso, un tema que trata la serie, aunque no sea el tema de la serie, pero sí que lo trata como contexto que me parece mu interesante es el cómo funcionan las fake news, cómo funcionan las empresas que generan fake news y cómo eso afecta a la vida política que tenemos ahora mismo. El periodismo está en peligro, justamente también por cómo hacemos uso de las redes, etc. Y es muy, muy peligroso para la democracia. Es muy peligroso porque muchas veces no se contrasta la información, como los bulos se vuelven realidad a fuerza de repetirlos y es un tema, por ejemplo, que en la serie se aborda y que yo cuando leía los guiones pensaba: "Molaría otra serie ahora que abriera esta puerta y se metiera en el mundo, que ya lo hace un poco, pero que se metiera a fondo en esto", porque siento que es uno de los grandes peligros que no tengamos la información necesaria para poder juzgar quién es mejor que nos gobierne, porque los datos se tergiversan. Ahí hay un temazo, por ejemplo, de fondo de la serie.

¿Hay posibilidades de una segunda temporada de 'El Centro'?

ELISABET - No lo sabemos.

CLARA - Digo yo ahora como si yo fuera la productora, pero me esperaría para ver como ha ido la primera. Bueno, pero vete a saber el giro que se puede dar.

ELENA - Yo formo parte de lo investigado. Todo el mundo sabe que una serie de un equipo de trabajo, lo que sigue es el equipo de trabajo. Yo igual puedo aparecer como fantasma.

CLARA - No se sabe nunca.

elEconomista.es

Evasión

SERIES & CINE · GASTRO · PLANES · LIBROS

EVASIÓN

Crítica de 'El Centro' (Movistar Plus+), una serie producida por Pablo Isla: espionaje y traición en las entrañas del CNI

Juan Diego Botto lidera este thriller de seis capítulos sobre los servicios secretos



David Saiz 10:26 - 9/10/2025

La vida real de los espías poco tiene que ver con la imagen de artificio que han creado las producciones más espectaculares de Hollywood. Se acerca más a lo que se ve en El Centro, la nueva serie que acaba de estrenar Movistar Plus+ con sus seis capítulos ya disponibles. Ambientada en el seno del Centro Nacional de Inteligencia, la producción exhibe una mirada realista, sobria y tensa sobre el mundo del espionaje, donde los agentes

no son héroes icónicos, sino personas erosionadas por conflictos personales, dilemas morales y una carga emocional difícil de gestionar.

Quien escenifica toso esto es Michelín, el personaje que interpreta Juan Diego Botto, protagonista de la serie. Lo hace con un tono reposado y austero que le da credibilidad en su desempeño. Con esa dignidad de quien intenta hacer su trabajo lo mejor posible, sin faltar a sus principios y en busca de una verdad que le puede comprometer en cualquier momento, porque la investigación que lidera le puede estallar en las manos. Está convencido de lo que hace, pero sabe que debe andarse con cuidado, no solo porque trabaja con material sensible y enemigos impredecibles, sino porque el mundo del espionaje es un universo de muchas capas, secretos y medias verdades difíciles de conjugar.

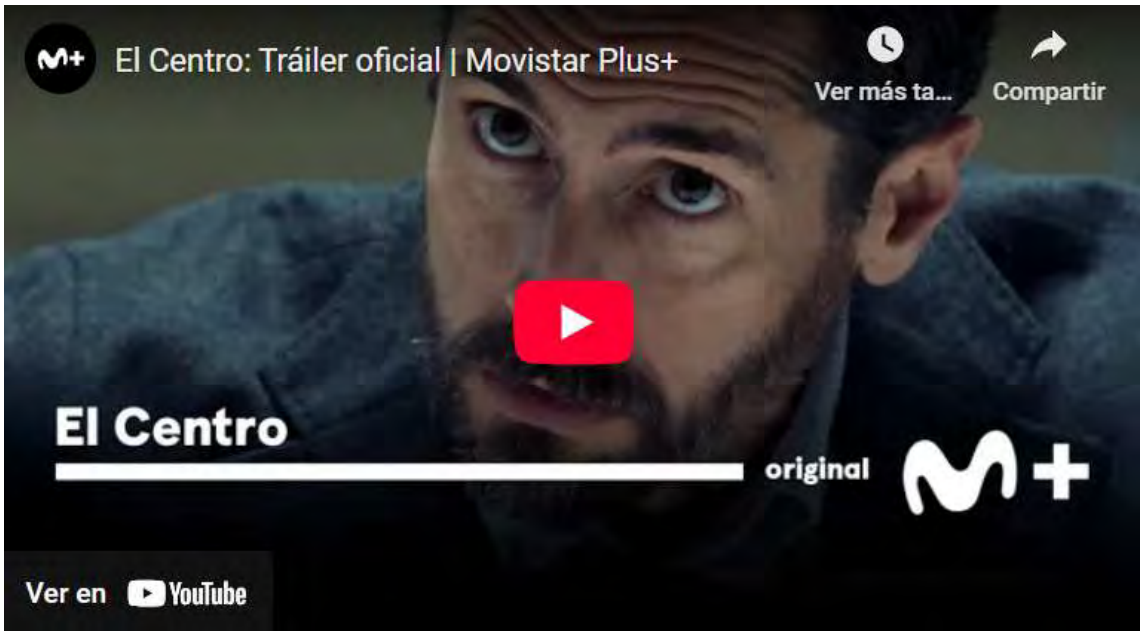
El Centro huye de la espectacularidad facilona y se construye sobre una atmósfera contenida, a veces muy rígida, alrededor de unos personajes que tienen sus propios problemas personales y que casi siempre son más grises y humanos que los que habitualmente hemos visto en el cine y la televisión.

'El Centro' está producida por Pablo Isla

La serie propone una visión íntima, emocional y realista del mundo de la inteligencia, pero arranca de forma contundente, con un asesinato que destapa una operación internacional de los servicios secretos rusos. Los miembros del CNI emprenden una carrera contrarreloj para desmantelarla, pero pronto descubrirán que puede haber un traidor entre sus filas que estaría entregando información al enemigo. Esa amenaza interna aumentará el nivel de secretismo y tensión al que se enfrentan esos hombres y mujeres que trabajan al límite en las desagradecidas zonas de sombra del poder.

Con estos ingredientes, El Centro llega como un thriller político y policial, pero también se acerca a un drama emocional que transita por los dilemas de cada personaje y el desgaste profesional, familiar y afectivo que todos ellos sufren en una vida marcada por las decisiones invisibles y los sacrificios silenciosos. El tono de la serie, las miradas, los gestos, incluso las localizaciones, austeras y frías, representan muy bien esa vida sacrificada en la que no hay ni rastro de glamour.

Además de Juan Diego Botto, la serie cuenta con un casting bastante solvente y coral. Elisabet Casanovas, Israel Elejalde, Elena Martín Gimeno y Clara Segura forman el plantel principal de esta ficción que está producida por Pablo Isla a través de Fonte Films, la compañía audiovisual que montó tras su salida de Inditex.


El Centro: Tráiler oficial | Movistar Plus+
Ver más ta...
Compartir
El Centro
original
Ver en YouTube

EL PAÍS

Lo que estoy viendo

NATALIA MARCOS 09.10.025

Si se busca menos ligereza y una historia más intrincada, está el estreno de *El Centro* (Movistar Plus+), una de espías a la española. Solo he visto la mitad de los capítulos, pero ya veo que es una serie bien narrada, que sabe mantener la tensión en los momentos en los que debe hacerlo y aflojar cuando corresponde y con buenas interpretaciones. Hay operaciones de espionaje internacional que salen mal y que salen bien, periodistas que se cruzan por el camino, malos inquietantes y el correspondiente topo. Todo lo que se espera de una serie de espías.



El actor Juan Diego Botto, uno de los protagonistas de la serie 'El Centro'. EFE/ Chema Moya

¿Se parece la serie 'El Centro' al CNI?

10 octubre 2025

Teresa Díaz |

Madrid (EFE).- La serie 'El Centro' (Movistar Plus+) se adentra en el desconocido universo del Centro Nacional de Inteligencia (CNI) y muestra por primera vez en España una ficción que podría ser verosímil, aseguran a EFE fuentes conocedoras de los servicios de inteligencia españoles.

La trama arranca con un asesinato y destapa una operación internacional de los servicios rusos, mientras los agentes del CNI tratan de desmantelarla y descubrir a un traidor entre sus filas.

La serie tiene como personaje central a Vicente Alfaro, conocido como Michelín, un veterano oficial del CNI que interpreta Juan Diego Botto. En varias escenas el actor aparece caminando en las instalaciones del CNI (las auténticas).

Estas son las únicas secuencias grabadas en el recinto que alberga la sede central de este organismo público, ubicada a las afueras de Madrid, que el espectador va a poder ver.

Personal del CNI asesoró al equipo creativo

El resto es ficción pero cercana a la realidad. Y es que, por primera vez en la historia del CNI, personal del centro ha asesorado al equipo creativo y se ha puesto a su disposición para que la serie reflejara de manera fiel la realidad de unos profesionales que trabajan en la sombra en defensa de la seguridad nacional, y cuya labor es desconocida para la sociedad.

Los ambientes y los interiores (despachos, salas de reuniones, de control..etc) donde se desarrolla 'El Centro' reproducen de manera bastante fidedigna los del CNI, en base posiblemente a las descripciones que se les han facilitado desde dentro a los creadores. Esas instalaciones están vetadas para la inmensa mayoría de los ciudadanos.



El equipo de la serie 'El Centro'. EFE/Román Ríos

El drama profundiza en el lado humano y el sacrificio personal sin reconocimiento de los personajes, que se asemejan bastante a los agentes a los que quieren emular. Mucho más que en cualquier otra ficción que se haya realizado hasta ahora en España sobre servicios de inteligencia.

Los personajes están 'humanizados', huyen de los clichés de otras ficciones, y están bien caracterizados, aunque, como anécdota, algunas fuentes aprecian «demasiadas gabardinas», indumentaria que tradicionalmente el cine y la televisión han asociado con los agentes secretos.

Fidelidad en las conversaciones

En general los diálogos se ciñen con fidelidad a las conversaciones habituales de los oficiales de inteligencia. Un ejemplo de ello es cuando en un momento determinado alguien dice 'vamos al magistrado' en vez de 'pinchamos el teléfono', expresión muy utilizada en las 'pelis' clásicas de espías.

Como es lógico, dada la naturaleza secreta de la labor que se desarrolla en el CNI, el asesoramiento ha debido poner límites. Da la impresión de que a los guionistas se les ha facilitado poca o ninguna información sobre los procedimientos que siguen los agentes en su día a día o sobre otros aspectos considerados como 'reservados'.



El director David Ulloa durante la presentación de la serie de Movistar 'El Centro'. EFE/Román Ríos

Por ello, el equipo creativo se ha permitido ciertas licencias y también ha hecho concesiones en aras al espectáculo, que, según señalan las fuentes, se traducen en algunas «exageraciones de guion».

Así, el agente destinado en el exterior que tiene problemas con el alcohol es un perfil que no tendría cabida en el CNI dados los exhaustivos controles que se realizan al personal.

Tampoco encaja con la realidad el personaje que comete un error de bulto que le lleva a ser asesinado. En los servicios de inteligencia españoles no es probable en la actualidad que se de esa situación porque siempre hay un equipo detrás que advierte del riesgo.

A pesar de estos y otros detalles, los creadores han hecho un esfuerzo considerable por apartarse de los clichés, lo que, según las fuentes, supone un desafío, porque en ocasiones esos estereotipos eran la única documentación de la que disponían.

EL DEBATE
FUNDADO EN 1910



"El Centro" ya se puede ver en Movistar Plus+

Series

¿La serie 'El Centro' se parece realmente al CNI?

Las únicas escenas grabadas en el Centro Nacional de Inteligencia muestran a Juan Diego Botto caminando por las instalaciones

El Debate EFE

09 oct. 2025 - 10:07 | Act. 09 oct. 2025 - 10:09

0

La serie El Centro (Movistar Plus+), que se ha estrenado este jueves, se adentra en el desconocido universo del Centro Nacional de Inteligencia (CNI) y muestra por primera vez en España una ficción que podría ser verosímil, aseguran a EFE fuentes conocedoras de los servicios de inteligencia españoles.

La trama arranca con un asesinato y destapa una operación internacional de los servicios rusos, mientras los agentes del CNI tratan de desmantelarla y descubrir a un traidor entre sus filas.

La serie tiene como personaje central a Vicente Alfaro, conocido como Michelín, un veterano oficial del CNI que interpreta Juan Diego Botto. En varias escenas el actor aparece caminando en las instalaciones del CNI (las auténticas) .

Estas son las únicas secuencias grabadas en el recinto que alberga la sede central de este organismo público, ubicada a las afueras de Madrid, que el espectador va a poder ver.

El resto es ficción pero cercana a la realidad. Y es que, por primera vez en la historia del CNI, personal del centro ha asesorado al equipo creativo y se ha puesto a su disposición para que la serie reflejara de manera fiel la realidad de unos profesionales que trabajan en la sombra en defensa de la seguridad nacional, y cuya labor es desconocida para la sociedad.

Los ambientes y los interiores (despachos, salas de reuniones, de control...) donde se desarrolla El Centro reproducen de manera bastante fidedigna los del CNI, en base posiblemente a las descripciones que se les han facilitado desde dentro a los creadores. Esas instalaciones están vetadas para la inmensa mayoría de los ciudadanos.



El drama profundiza en el lado humano y el sacrificio personal sin reconocimiento de los personajes, que se asemejan bastante a los agentes a los que quieren emular. Mucho más que en cualquier otra ficción que se haya realizado hasta ahora en España sobre servicios de inteligencia.

Los personajes están 'humanizados', huyen de los clichés de otras ficciones, y están bien caracterizados, aunque, como anécdota, algunas fuentes aprecian «demasiadas gabardinas», indumentaria que tradicionalmente el cine y la televisión han asociado con los agentes secretos.

En general los diálogos se ciñen con fidelidad a las conversaciones habituales de los oficiales de inteligencia. Un ejemplo de ello es cuando en un momento determinado alguien dice 'vamos al magistrado' en vez de 'pinchamos el teléfono', expresión muy utilizada en las 'pelis' clásicas de espías.

Como es lógico, dada la naturaleza secreta de la labor que se desarrolla en el CNI, el asesoramiento ha debido poner límites. Da la impresión de que a los guionistas se les ha facilitado poca o ninguna información sobre los procedimientos que siguen los agentes en su día a día o sobre otros aspectos considerados como 'reservados'.

«Lo contrario sería darle pistas a los adversarios», advierten las fuentes.

Por ello, el equipo creativo se ha permitido ciertas licencias y también ha hecho concesiones que, según señalan las fuentes, se traducen en algunas «exageraciones de guion».

Así, el agente destinado en el exterior que tiene problemas con el alcohol es un perfil que no tendría cabida en el CNI dados los exhaustivos controles que se realizan al personal.

Tampoco encaja con la realidad el personaje que comete un error de bulto que le lleva a ser asesinado. En los servicios de inteligencia españoles no es probable en la actualidad que se de esa situación porque siempre hay un equipo detrás que advierte del riesgo.

A pesar de estos y otros detalles, los creadores han hecho un esfuerzo considerable por apartarse de los clichés, lo que, según las fuentes, supone un desafío, porque en ocasiones esos estereotipos eran la única documentación de la que disponían.

elDiario.es
Periodismo a pesar de todo

¿Se parece 'El Centro' (serie) al Centro (CNI)?



South Series Cádiz 2025

Madrid — 9 de octubre de 2025 09:52 h **Teresa Díaz**

Madrid, 9 oct (EFE).- La serie 'El Centro' (Movistar Plus+), que se estrena este jueves, se adentra en el desconocido universo del Centro Nacional de Inteligencia (CNI) y muestra por primera vez en España una ficción que podría ser verosímil, aseguran a EFE fuentes conocedoras de los servicios de inteligencia españoles.

La trama arranca con un asesinato y destapa una operación internacional de los servicios rusos, mientras los agentes del CNI tratan de desmantelarla y descubrir a un traidor entre sus filas.

La serie tiene como personaje central a Vicente Alfaro, conocido como Michelín, un veterano oficial del CNI que interpreta Juan Diego Botto. En varias escenas el actor aparece caminando en las instalaciones del CNI (las auténticas) .

Estas son las únicas secuencias grabadas en el recinto que alberga la sede central de este organismo público, ubicada a las afueras de Madrid, que el espectador va a poder ver.

El resto es ficción pero cercana a la realidad. Y es que, por primera vez en la historia del CNI, personal del centro ha asesorado al equipo creativo y se ha puesto a su disposición para que la serie reflejara de manera fiel la realidad de unos profesionales que trabajan en la sombra en defensa de la seguridad nacional, y cuya labor es desconocida para la sociedad.

Los ambientes y los interiores (despachos, salas de reuniones, de control..etc) donde se desarrolla 'El Centro' reproducen de manera bastante fidedigna los del CNI, en base posiblemente a las descripciones que se les han facilitado desde dentro a los creadores. Esas instalaciones están vetadas para la inmensa mayoría de los ciudadanos.

El drama profundiza en el lado humano y el sacrificio personal sin reconocimiento de los personajes, que se asemejan bastante a los agentes a los que quieren emular. Mucho más que en cualquier otra ficción que se haya realizado hasta ahora en España sobre servicios de inteligencia.

Los personajes están 'humanizados', huyen de los clichés de otras ficciones, y están bien caracterizados, aunque, como anécdota, algunas fuentes aprecian "demasiadas gabardinas", indumentaria que tradicionalmente el cine y la televisión han asociado con los agentes secretos.

En general los diálogos se ciñen con fidelidad a las conversaciones habituales de los oficiales de inteligencia. Un ejemplo de ello es cuando en un momento determinado alguien dice 'vamos al magistrado' en vez de 'pinchamos el teléfono', expresión muy utilizada en las 'pelis' clásicas de espías.

Como es lógico, dada la naturaleza secreta de la labor que se desarrolla en el CNI, el asesoramiento ha debido poner límites. Da la impresión de que a los guionistas se les ha facilitado poca o ninguna información sobre los procedimientos que siguen los agentes en su día a día o sobre otros aspectos considerados como 'reservados'.

Lo contrario sería darle pistas a los adversarios', advierten las fuentes.

Por ello, el equipo creativo se ha permitido ciertas licencias y también ha hecho concesiones en aras al espectáculo, que, según señalan las fuentes, se traducen en algunas "exageraciones de guión".

Así, el agente destinado en el exterior que tiene problemas con el alcohol es un perfil que no tendría cabida en el CNI dados los exhaustivos controles que se realizan al personal.

Tampoco encaja con la realidad el personaje que comete un error de bulto que le lleva a ser asesinado. En los servicios de inteligencia españoles no es probable en la actualidad que se de esa situación porque siempre hay un equipo detrás que advierte del riesgo.

A pesar de estos y otros detalles, los creadores han hecho un esfuerzo considerable por apartarse de los clichés, lo que, según las fuentes, supone un desafío, porque en ocasiones esos estereotipos eran la única documentación de la que disponían.

Series

La serie que ha hecho sonreír a Carlos Boyero: “Que alguien te haga reír lo agradezco mucho”

El veterano crítico celebra la segunda temporada de Poquita fe, la comedia de Pepón Montero y Juan Maidagán protagonizada por Raúl Cimas y Esperanza Pedreño.

Francisco Alberto Serrano Acosta Actualizado a 9 de octubre de 2025 14:23 CEST



Una de las comedias más singulares y aclamadas de la televisión española, 'Poquita fe', acaba de estrenar su segunda temporada en Movistar Plus+ con el respaldo inesperado de una de las voces críticas más influyentes del país. Carlos Boyero, conocido por su severidad y por una mirada a menudo desencantada, ha confesado que la serie le ha hecho sonreír “más de una vez”, un gesto poco habitual en él en los últimos tiempos, en donde ha sido difícil encontrarle aplausos en sus críticas (no dudó, por ejemplo, en defenestrar ‘Una batalla tras otras’ pese al aplauso casi unánime de la crítica internacional).

El crítico explicó en La Ventana del cine que vio la nueva temporada de un tirón y que ‘Poquita fe’ le ha devuelto el placer de la comedia cotidiana. “En mi casa yo solo he soltado carcajadas en momentos puntuales. Casi siempre con una sonrisa en la cara. Que alguien te haga reír lo agradezco mucho”, comentó Boyero, subrayando el tono sincero con que la serie retrata a sus personajes.

Un matrimonio que inspira compasión y ternura

Creada por Pepón Montero y Juan Maidagán, la ficción sigue a una pareja atrapada en la rutina y la precariedad. Raúl Cimas y Esperanza Pedreño interpretan a ese matrimonio desorientado y entrañable que, tras ser expulsado de su casa, intenta reconstruir su vida con torpeza y ternura. “Hay mucho talento por parte de sus creadores. Necesitan escaso dinero porque son ellos contando movidas en primer plano”, apuntó Boyero, destacando la eficacia del formato y la química de sus protagonistas.

El crítico definió a los personajes como “tan excesivos y patéticos” que acaban despertando una simpatía inmediata. “Quieres que les vaya bien aunque hay crisis de pareja. Me ofrecen tal sensación de desamparo que me inspiran compasión”, explicó, elogiando además el trabajo de ambos actores. De Raúl Cimas aseguró que “siempre le ha hecho mucha gracia”, y de Esperanza Pedreño destacó su capacidad para equilibrar humor y vulnerabilidad sin caer en el exceso.

SEMANA

PAÍS: España
PÁGINAS: 87
AVE: 7166 €
ÁREA: 203 CM² - 55%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 117346
OTS: 609000
SECCIÓN: MAGAZINE

15 Octubre, 2025





SERIE

'Poquita Fe': el poder de lo cotidiano en una de las series españolas más brillantes de la última década

Plataforma: Movistar Plus+
Int: Raúl Cimas, Esperanza Pedreño, Chani Martín

¡NUESTRA SERIE FAVORITA!



Muestra el poder que tiene lo cotidiano en la ficción. Engancha y mucho.

En SEMANA ya os recomendamos la primera tanda de episodios, pero es que Movistar Plus+ acaba de estrenar su segunda temporada y consigue superar a la primera.

Cada capítulo dura apenas quince minutos y nos muestra un año en la vida de Berta y José Ramón, una pareja de barrio que sobrevive como puede entre trabajos que no llenan demasiado, rutinas, discusiones pequeñas y ese cariño que se mantiene, aunque a veces cueste reconocerlo. Ella trabaja en una guardería, él es vigilante de seguridad, y juntos forman una pareja tan real que parece que los conoces de toda la vida.

En esta segunda temporada, ambos se enfrentan a un nuevo golpe: los echan del piso donde vivían. Sin opciones a su alcance, terminan instalándose en casa de los suegros.

Te ríes con la cantidad de cosas hilarantes que les pasan, pero también te enternecerás reconociéndote en muchas situaciones. *Poquita Fe* muestra la vida tal cual es: con sus grises, sus instantes de humor y sus destellos de amor.

20minutos

Raúl Cimas: "Mi madre a día de hoy todavía me insiste con que termine Bellas Artes"



El actor y humorista Raúl Cimas.

08 oct 2025 - 07:09 Isra Álvarez

El cómico y actor protagoniza 'Poquita Fe' y es recurrente en programas como 'Futuro Imperfecto', 'La Revuelta' o 'Ilustres ignorantes'.

Abril Zamora, maestra de ceremonias de 'Cabaret': "Algunas de las canciones, en vez de cantarlas, las sufro, las vivo".

El cómico Raúl Cimas ha alcanzado ese estatus mágico para un humorista en el que solo tiene que abrir la boca y a la gente ya le hace gracia, diga lo que diga. Así, programas como Futuro Imperfecto, La Revuelta o Ilustres Ignorantes se lo rifan.

En paralelo, desarrolla su carrera como actor, en la que le acabamos de ver en la segunda temporada de Poquita Fe (Movistar Plus+), una serie que destila las pequeñas tragedias del día a día de una pareja para obtener hilarantes situaciones basadas en una suerte de miseria surrealista de baja intensidad.

Cimas nos cuenta una de las claves para vivir del humor y, sobre todo, para vivirlo: juntarse con personas con las que no dé reparo volver a ser un niño. Hablamos con él sobre cómo sacarle partido cómico al día a día y sobre la profesión de hacer reír.

¿Qué cree que ha hecho que Poquita fe tenga este éxito y haya conectado así con la gente?

Sobre todo fue poner la lupa en una vida normal, como la de cualquiera, sin narcos, ni asesinatos, ni niños que aparecen en las orillas, ni detectives, ni sectas, ni cosas

así. Simplemente el día a día y también en las partes quizás más aburridas de las vidas de las personas. Dentro de la vida de dos personas aburridas, esta serie coge los fragmentos aún más aburridos de su vida, en la primera temporada. En la segunda sí que es verdad que ya les pasan cosas y tienen otras historias, pero nada alejado de lo que le pueda pasar a cualquiera a día de hoy.

En la serie vemos situaciones obviamente exageradas, porque por eso es comedia, pero no muy alejadas de la realidad...

Yo es que creo que la comedia tiene que estar cerca de la realidad. Luego le puedes meter surrealismo y demás, pero sin un anclaje sólido... Es necesaria la realidad y además es necesario el sufrimiento y el amor, para solucionarlo.

¿Hay alguna escena que disfrutara especialmente de esta temporada?

A mí me ha gustado mucho la escena del piso pequeño. Construir un piso pequeño en un estudio para poder grabar los planos picados.. Creo que cuando haces ese tipo de cosas disfrutas un montón y son algunos pequeños lujos que nos hemos podido permitir con la segunda temporada. Hemos conseguido algunas cosillas de las que hacen un capítulo muy especial.

Hacen muchos exteriores, ¿les interrumpen mucho los fans? ¿Lo prefiere?

Bueno, en este rodaje en concreto nos pillaron unas lluvias... rodamos en unos meses muy jodidos, tuvimos esa mala suerte. Sí, hace buen tiempo, yo encantado, te puedes cruzar a un bar en tus horas libres y tomarte un cafetito o una cerveza (risas). En circunstancias normales, sin frío, ni nieve, ni rayos, a mí me gusta más la calle. También como espectador me gusta el escenario natural. Al final el cartón piedra se ve de una manera o de otra.

¿Cuánto de improvisación se pueden permitir como actores en esta serie?

En este caso poco, porque es como un guion de montaje, viene muy marcado. O sea, tú muchas veces respondes a la frase que un personaje otro día ha dejado a medias y se la completas y está muy medido, está muy pensado también. Por eso se tarda tanto, seguramente en hacer una segunda temporada. A mí me encanta que sea así, como también me gusta cuando en otras ocasiones me han planteado un personaje que no estaba del todo definido y me han dicho "a ver, a ver qué sacas tú".

Los protagonistas no se ríen ni en una sola escena de toda la serie... ¿cuánto les cuesta no reírse a ustedes rodando?

Nos reímos a ratos porque además también somos muy payasos. Te hablo sobre todo de Esperanza [Pedreño], que es con la que comparto el 90% del rodaje y nos reímos también bastante. Y el director también. Somos aficionados a la risa, que además es necesario, no creo que sea una cosa que evitar. Los personajes no se ríen ni son felices porque no hay nadie que se ría con la felicidad de otro.

En la desgracia hay comedia…

Nadie sale a un escenario a decir soy millonario, soy feliz, tengo todo en la vida y la gente se va a reír. Ya si sales y cuentas que te ha dejado la novia y te han echado del trabajo, la gente se pone en disposición.

¿Qué opina su familia de los monólogos que hace donde cita a todos sus parientes, aunque sea en broma?

No se dan por aludidos, porque persisten en su actitud. Seguiré luchando hasta que cambien.

¿Cómo crea esos monólogos?

A veces se te ocurre el chiste, y otras veces se te ocurre la situación. No tengo un libro de recetas, ojalá.

¿Se anota ideas en servilletas?

Hubo un tiempo que lo hacía. A veces también lo sigo haciendo en casa. Oí por ahí una frase que decía que si una idea que tienes y que te pareció muy buena al día siguiente se te ha olvidado, no merecía la pena.

¿En qué punto está la retroalimentación que tienen Berto Romero y usted respecto a su propia forma de ser? Porque él empezó a imitarle a usted y luego usted le imitó a él imitándole a usted y así sucesivamente…

Tengo la suerte de tener una serie de personas cerca con las que nos juntamos y de repente tenemos siete años otra vez y Berto es una de ellas. Coronas [Javier] es otra. Seguramente somos anormales en muchos aspectos (risas). Nos miramos y decimos ¿qué tal si jugamos a volver hasta la infancia?

¿Cuándo fue el momento en el que se dio cuenta de que su habilidad para que los demás se rieran con sus historias podía ser un trabajo?

Yo creo que fue más al revés. Cuando me quise dar cuenta dije 'Dios mío, soy humorista, ya es tarde para para echarse atrás'. Como todos en aquella generación, nos salió una oportunidad de ganar dinero más fácil que como camarero o las cosas que las que trabajábamos en aquel entonces, operando tableros o en las ETTs. Pero lo hacíamos sin pensar nunca que eso iba a acabar siendo un trabajo. Luego ya cumples una edad y llevas ya tiempo haciendo eso y le coges el respeto que le tienes que coger y el amor que le tienes que coger y comprendes lo que es ser humorista.

¿Ese es el momento en el que los padres se dan cuenta en que no hacía falta un trabajo o una carrera 'serios'?

No, si mi madre a día de hoy todavía me insiste con que termine Bellas Artes, que me la deje ahí con dos o tres asignaturas colgando. Lo digo porque como ahora está lo de los currículums falsos de políticos, que quede bien claro que yo no terminé mi carrera (risas).

Forbes Woman

PAÍS: España
PÁGINAS: 170-171
AVE: 27400 €
ÁREA: 1600 CM² - 200%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 7852
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Octubre, 2025



MÚSICA

UN OTOÑO AFINADO

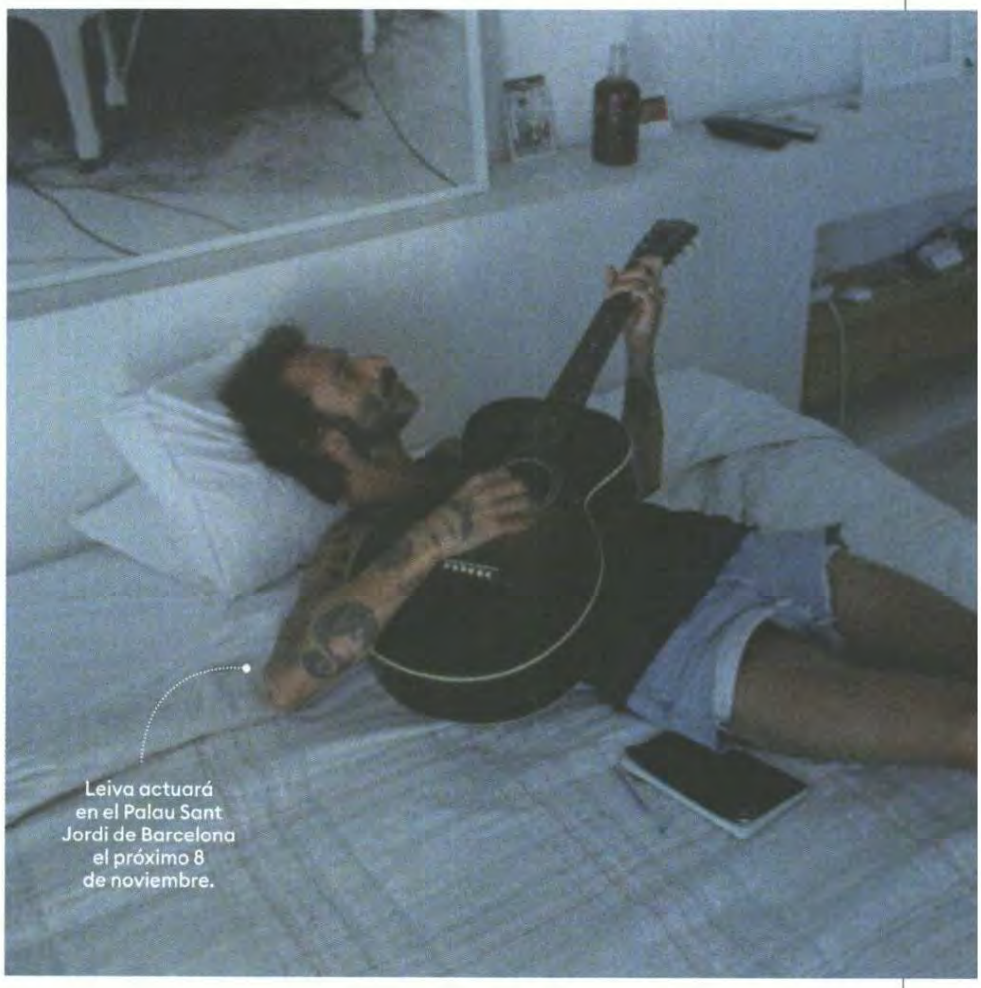
Del éxito masivo de Leiva al despegue de Yerai Cortés, dos caminos que impulsan la música española.

Dos registros, dos generaciones y un mismo idioma: la música. Leiva (Madrid, 45 años) y Yerai Cortés (Alicante, 30 años) representan hoy, cada uno a su manera, la fuerza del rock y el flamenco. El primero, un gigante que llena estadios, con más de diez discos de platino e himnos generacionales como *Princesas* o *Lady Madrid*. El segundo, un virtuoso de la guitarra que ha renovado el flamenco mezclando sonidos clásicos y modernos, con una puesta en escena espectacular: un coro de seis mujeres que cantan, taconean y tocan las palmas.

El último gran *show* de Leiva ocurrió en Festival de San Sebastián donde presentó *Hasta que me quede sin voz*, un documental íntimo donde narra su carrera y el reto de seguir adelante pese a un problema irreversible en una cuerda vocal. La película llega a los cines el 17 de octubre y muestra al artista en el punto más alto –y más vulnerable–, de su trayectoria. En paralelo, continúa en la carretera con su gira "Gigante", con fechas en España y Latinoamérica, como Barcelona el 8 de noviembre o Buenos Aires el 29 de ese mismo mes.

Desde que dio sus primeros pasos con *Malahierba* y explotó con *Pereza*, la carrera de este rockero hipocondríaco no ha hecho más que crecer. Seis discos, dos premios Goya, giras multitudinarias y colaboraciones con estrellas malditas como Robe Iniesta de Extremoduro o el viejo poeta Joaquín Sabina, su gran aliado y amigo. Con ellos, Leiva ha logrado lo improbable: colaborar en la canción *Caída libre* con el primero y producir un disco al segundo, *Lo niego todo*. Pese a todos los escenarios que ha pisado, una de sus actuaciones más especiales fue en el programa de Broncano, donde la pasada primavera presentó su último *single, El polvo de los días raros,* acompañado de muchos de los músicos más destacados de su generación. La actuación se hizo viral.

Yeria Cortés no se queda atrás. Aunque les separan 15 años, el artista flamenco parece seguir los exitosos pasos del rockero. Saltó al *mainstream* de la mano de C. Tangana –¿se os ocurre un mejor padrino?–, y tras compartir es-



Leiva actuará en el Palau Sant Jordi de Barcelona el próximo 8 de noviembre.

Forbes Woman

PAÍS: España
PÁGINAS: 170-171
AVE: 27400 €
ÁREA: 1600 CM² - 200%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 7852
OTS:
SECCIÓN: REVISTA

1 Octubre, 2025

cenario en la gira *Sin cantar ni afinar*, el madrileño le dedicó el documental *La guitarra flamenca de Yerai Cortés*, que ganó dos premios Goya.

Su gira, *Guitarra Coral*, recorre los escenarios de España, con citas interesantes como el Teatro Real de Madrid o el Teatro Central de Sevilla.

Nacido en el seno de una familia musical, comenzó con el cajón antes de centrarse en la guitarra, instrumento con el que ha acompañado a figuras como Farruquito o Lola Índigo , y con el que ha ganado el Premio Guitarra con Alma del Festival de Jerez. Desde entonces, Cortés se ha convertido en sinónimo de renovación flamenca.

Leiva y Yerai. Rock y flamenco. Dos trayectorias que avanzan en paralelo y confirman que el otoño viene con ritmo.

TEXTO LUCÍA ALZUETA





Yerai Cortés actúa en el Teatro Real el 9 de noviembre. Más fechas en sus RRSS.

LEIVA HA CONSEGUIDO LO IMPROBABLE, COLABORAR CON DOS ESTRELLAS DE LA MÚSICA COMO JOAQUÍN SABINA Y ROBE INIESTA, DE EXTREMODURO

MÚSICA

‘Hasta que me quede sin voz’, documental, pero también nueva canción de Leiva, compuesta en un momento muy delicado

La canción original llegará una semana antes que el documental



Leiva, en el Festival de Cine de San Sebastián 2025. / JB Lacroix

Cristina Zavala 08/10/2025

El próximo 17 de octubre llegará por fin a los cines el estreno de Hasta que me quede sin voz, el documental de Leiva que ya presentó en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián con bastante éxito vista la ovación que recibió tras la proyección.

“Mis amigos Sepia, Mario y Lucas Nolla estuvieron porculeando con sus cámaras y registrando la vorágine de mi vida estos dos últimos años. Una maraña de más de 500 horas de metraje han terminado conformando un retrato crudo y sin artificios. En estos tiempos no es poca cosa. Muy agradecido con su compromiso y mirada honesta siempre”, decía el pasado verano cuando ya tuvimos noticias de este proyecto.

Pero antes de poder ver el estreno del documental, vamos a poder escuchar el tema central que ha compuesto Leiva exprofeso para el proyecto y que lleva el mismo título.

El origen del documental de Leiva

"Dos buenos amigos, Egoitz y Mario, estuvieron años tirándome la idea de registrar con una cámara unos años de mi vida. La verdad, estuve escurriéndome como una culebra una temporada larga", ha vuelto a detallar sobre el origen del documental.

"Por un lado, me parecía aterrador convivir con cámaras, y, por otro, y más importante, nunca he sentido genuinamente que hubiera una historia interesante. Esto último lo sigo pensando", asegura en esa posición de humildad que siempre le ha definido.

Pero lograron hacerle cambiar de opinión: "Años después, el equipo de Movistar Plus + (en esa época liderado por Domingo Corral) se interesa por el proyecto, y su empuje hace que Mario acabe convenciéndome, el cabrón. Ahí entran los muchachos Lucas Nolla y Sepia a capitanear el proyecto, y entre los tres crean y dirigen Hasta que me quede sin voz".

Comienza así un camino no exento de sucesos inesperados. "Egoitz fallece cuando estamos empezando a rodar, pero su increíble alma está bien presente en la película", desvela el cantante que también ha hablado del origen de la canción.

¿Cuándo compuso Leiva, Hasta que me quede sin voz?

"A finales del año pasado, mientras me recuperaba de una intervención en la voz, escribí la canción original de la película. Lleva el mismo título, Hasta que me quede sin voz, y este viernes la publicamos", anunciaba.

"Extraño tanto nuestros años salvajes, tumbados en la tempestad. Ahora solo vivo envuelto en orgías de selfies", son los versos que nos ha permitido escuchar de momento sobre unas imágenes en las que podemos verle montando en bicicleta, sin quitarse el sombrero, por supuesto.



Este viernes, más.

NUEVA CANCIÓN

Leiva publica un nuevo adelanto de 'Hasta que me quede sin voz' y anuncia la fecha de lanzamiento

Hasta que me quede sin voz, el documental de Leiva, llega a las salas de cine el viernes 17 de octubre aunque antes podremos escuchar el tema compuesto por el madrileño para su banda sonora. El cantante ha adelantado el lanzamiento a este viernes 10 de octubre y ha publicado el primer adelanto de la canción en sus redes. Escucha cómo suena Hasta que me quede sin voz.



Leiva, en el videoclip de 'Hasta que me quede sin voz'. | SONY

Europa FM Madrid 08/10/2025 08:31

Leiva se muestra desnudo y transparente en Hasta que me quede sin voz, su película documental que llega a las sales de cine el viernes 17 de octubre.

El cantante madrileño se expone en este trabajo donde acaba con el secretismo que rodea su figura y en el que la lesión de sus cuerdas vocales, que le han obligado a pasar recientemente por quirófano, adquiere un papel protagonista. Su problema de salud vertebra esta historia donde Leiva se exhibe física y psicológicamente al permitir que la cámara entre hasta su cama, sus consultas médicas, sus comidas familiares, los partidos de fútbol con sus amigos...

Él mismo se encargó de registrar con su cámara su día a día por insistencia de sus amigos Egoitz y Mario. "Por un lado me parecía aterrador convivir con cámaras, y, por otro, y más importante, nunca he sentido genuinamente que hubiera una historia interesante. Esto último lo sigo pensando", escribe en Instagram al compartir el videoclip de la canción compuesta para el documental y cuyo estreno ha decidido adelantar una semana.



Este viernes 10 de octubre llega Hasta que me quede sin voz, una canción escrita en un momento clave de su enfermedad, en pleno proceso de grabación del documental dirigido por Mario Forniés, Sepia y Lucas Nolla.

"A finales del año pasado, mientras me recuperaba de una intervención en la voz, escribí la canción original de la película", apunta el cantante que se muestra nostálgico en el fragmento de la canción adelantado en redes. Los tiempos pasados fueron muy diferentes.

Extraño tanto nuestros años salvajes

Tumbados en la tempestad

Ahora solo vivo envuelto orgías de selfis

El otro adelanto de 'Hasta que me quede sin voz'

No es el primer adelanto que Leiva hace de Hasta que me quede sin voz. En el tráiler del documental, que el cantante estrenó en el Festival de Cine de San Sebastián, se escucha también una parte de la canción.

Siempre esas voces

Esas voces fantasma

Me han dado desquiciado de más

Dándome la espalda



laguiaGO!



Leiva adelanta su nueva canción `Hasta que me quede sin voz' antes del estreno del documental

Leiva presenta un nuevo adelanto de `Hasta que me quede sin voz', canción compuesta para su próximo documental homónimo. El tema, cargado de emoción y sinceridad, llega antes del estreno en cines.

El lanzamiento se adelanta al viernes 10 de octubre, una semana antes de la llegada del documental a las salas. El artista muestra así su lado más humano y vulnerable ante su público.

María Salas 08/10/25

El cantante madrileño Leiva ha decidido sorprender a sus seguidores publicando un adelanto del tema principal de su próximo documental, `Hasta que me quede sin voz'. La canción, que verá la luz este viernes 10 de octubre, forma parte de la banda sonora original de la película que se estrenará en cines el 17 de octubre. Puedes seguir las novedades del proyecto en su perfil oficial de Instagram.



El documental Hasta que me quede sin voz se presenta como un retrato íntimo del artista, donde Leiva se muestra sin filtros. La cinta recoge momentos cotidianos, desde consultas médicas hasta comidas familiares o partidos de fútbol con amigos, grabados por él mismo a instancias de sus compañeros Egoitz y Mario. "Por un lado me parecía aterrador convivir con cámaras, y, por otro, nunca he sentido que hubiera una historia interesante", confesó en sus redes.

Leiva y su voz: el corazón del documental

El eje de la historia es la lesión en las cuerdas vocales que obligó al músico a pasar por quirófano recientemente. Este problema de salud, que marcó un antes y un después en su carrera, se convierte en el motor narrativo del documental. Leiva permite que la cámara lo acompañe en su proceso de recuperación y en los momentos de mayor vulnerabilidad.

Durante esa etapa escribió la canción original de la película. "A finales del año pasado, mientras me recuperaba de una intervención en la voz, escribí la canción", relató el artista. El tema, dirigido por Mario Forniés, Sepia y Lucas Nolla, refleja la melancolía y el aprendizaje que trajo consigo su enfermedad.

Un adelanto cargado de nostalgia

El fragmento publicado por Leiva en redes deja entrever un tono nostálgico y poético: "Extraño tanto nuestros años salvajes, tumbados en la tempestad. Ahora solo vivo envuelto en orgías de selfis". La letra apunta a un regreso introspectivo, donde el artista revisita su pasado con una mezcla de añoranza y autocrítica.

Además, en el tráiler del documental —presentado en el Festival de Cine de San Sebastián— ya se había podido escuchar parte de la canción, en versos como: "Siempre esas voces, esas voces fantasma, me han dado desquiciado de más, dándome la espalda". Este adelanto completa la pieza musical más personal y confesional del madrileño hasta la fecha.

Una historia de vulnerabilidad y creación

'Hasta que me quede sin voz' no solo muestra al artista en el escenario, sino también en los espacios más íntimos de su vida. En palabras de su entorno, la película se convierte en un testimonio de resiliencia, donde el músico aprende a reconectarse con su oficio tras un periodo de silencio forzado.

El propio Leiva explicó que la idea de registrar su día a día surgió por insistencia de sus amigos y que, aunque al principio lo veía innecesario, el resultado terminó siendo una mirada honesta y cruda a su propio proceso vital. "Sigo pensando que no hay una historia interesante, pero esta es la mía", ironiza en redes, evidenciando su naturalidad y sentido del humor.



La expectación del estreno

El documental se proyectará en cines el viernes 17 de octubre, y ya ha despertado gran expectación entre sus seguidores y la crítica. No es la primera vez que Leiva combina música y cine, pero sí la más autobiográfica y directa.

Con este proyecto, el madrileño no solo firma un trabajo audiovisual, sino una declaración de principios: la de un artista que se enfrenta a su fragilidad y la convierte en arte. Su voz, incluso herida, sigue siendo su medio más potente para conectar con el público.

El adelanto musical disponible desde este 10 de octubre promete ser el prólogo perfecto para el documental. Una canción escrita "en un momento clave" que condensa el alma de un proyecto que invita a mirar al artista más allá del escenario, con su verdad al descubierto.

FESTIVALES

‘Flores para Antonio’ y ‘Aro berria’ completan el programa del Festival de Jóvenes Realizadores 2025

El certamen granadino rendirá homenaje a Isaki Lacuesta y la cineasta alemana Helena Wittman, además de contar con Belén Funes como invitada



Antonio Arenas, director del Festival de Jóvenes Realizadores de Granada, en el centro de la foto, rodeado por las autoridades. ©FIJR

Redacción Cine con Ñ 08 de octubre, 2025

El Festival de Jóvenes Realizadores 2025 completa su programa. El certamen granadino alcanza este año su 31ª edición con el documental Flores para Antonio, de Elena Molina e Isaki Lacuesta, como película de clausura, el propio Lacuesta como invitado de Honor, y la presencia de Belén Funes o el pase de la destacada ópera prima Aro berria, de Irati Gorostidi.

Del 19 al 25 de octubre, el Festival de Jóvenes Realizadores de Granada volverá a combinar cine, música o artes escénicas, con las propuestas más novedosas e innovadoras en el aspecto audiovisual, además de eventos como una grabación del pódcast Ciberlocutorio. Además de Lacuesta y Funes, la cineasta alemana Helena Wittman, a la que el certamen dedica una retrospectiva, completa los invitados de honor.

Flores para Antonio es el documental en el que Alba Flores se dispone a recuperar la voz y la historia de su padre, preguntando por primera vez a sus familiares y amigos. Una película original de Movistar+ codirigida por Elena Molina e Isaki Lacuesta, con la participación de artistas como Joaquín Sabina, Ariel Rot, Antonio Carmona, Rosario Flores o Lolita, que se presentará en el Teatro Isabel la Católica tras su estreno en el Festival de San Sebastián y antes de su llegada a cines el 28 de noviembre.

Por su parte Belén Funes recibirá el Premio Especial en la inauguración e impartirá una clase magistral en la Facultad de Comunicación y Documentación el miércoles 22 de octubre. Y Aro Berria es el debut en el largometraje de Irati Gorostidi, que ha obtenido la mención especial del jurado en el Festival de San Sebastián, convirtiéndose en uno de los fenómenos del año gracias a su intenso retrato de una comuna en los años 80. En su proyección, además de la directora, se celebrará la grabación de Ciberlocutorio, el programa de Andrea Gumes y Anna Pacheco.



Cortometraje andaluz y palestino en el FIJR 2025

El cortometraje andaluz será el protagonista con la primera sesión de la Competición Vibraciones, impulsada en colaboración con Fundación SGAE. Junto a la Competición Internacional y la Competición Aguaespejo, promovida por Fundación AguaGranada, la sección oficial a concurso del festival reparte más de 5000 euros en premios. Más de 90 títulos se proyectarán entre cortometrajes y largometrajes, procedentes de 27 países distintos. Con doce estrenos mundiales y cinco estrenos en España, destaca que la sección Pantalla Film in Granada se amplía a los trabajos de estudiantes de los centros formativos de la provincia.

Además, se ha programado una muestra de cortometrajes palestinos que recoge el trabajo de una nueva generación de cineastas que han abordado la emergencia humanitaria en Gaza desde la ficción, la animación y el documental. Los beneficios de la venta de entradas serán donados a una ONG que opera en la zona.

La 31 edición del Festival Jóvenes Realizadores está organizada por Ayuntamiento de Granada, la Delegación de Cultura y Educación de la Diputación de Granada, y Fundación AguaGranada.

Con el patrocinio de Fundación Caja Rural, Hammam Al Ándalus, Campos de Granada, CUPRA Vigilsa, Nazaríes Intellegenia y Cervezas Victoria. Con la colaboración de Fundación SGAE, Universidad de Granada, La Madraza, Centro de Lenguas Modernas, Facultad de Comunicación y Documentación, Proyecto FicTrans, Goethe-Institut Madrid, Consejería de Cultura y Deporte, Concejalía de Juventud, ALSA, Film in Granada, Academia de Cine de Andalucía, AAMMA, TG7, Mondo Sonoro, Espacio Márgenes, Maciá Hoteles, Reely Rental, Sancho Burger, Restaurante Botánico, Orodeal, iEvent.

‘Los domingos’, ‘Sorda’ y ‘Calle Málaga’, en la Sección Oficial del Festival de Cine Mediterráneo de Montpellier

octubre 9, 2025

El Festival de Cine Mediterráneo de Montpellier – Cinemed, que se celebrará del 17 al 25 de octubre, cuenta este año con una fuerte presencia del cine español. Cintas como Los domingos, Sorda y Calle Málaga han sido escogidas en la Sección Oficial de Largometrajes, mientras que Romería será la encargada de clausurar el certamen.



‘Los domingos’ (Bteam Pictures).

El próximo viernes 17 de octubre arrancará la 47ª edición del Festival de Cine de Montpellier – Cinemed, que en este año cuenta con la participación de siete películas españolas, además de la presencia de Carla Simón y un homenaje a Fernando León de Aranoa.

Dentro de la Sección Oficial de Largometrajes de la cita francesa, se encuentra la recién ganadora de la Concha de Oro en Zinemaldia, Los domingos. La cinta de Alauda Ruiz de Azúa estará en Competición acompañada de otra española, Calle Málaga, que contará con la presencia de la directora Maryam Touzani y el productor Nabil Ayouch.

Dentro de la Sección Oficial, pero en el apartado Panorama, se ha colado también Sorda, de Eva Libertad, que se enfrentará a siete coproducciones, en su mayoría francesas (seis ficciones y un documental).

Asimismo, la película de Carla Simón, Romería, será la encargada de clausurar la 47ª edición del festival, que tendrá lugar el 25 de octubre a las 20:15h en el Corum – Ópera de Berlioz. El certamen contará con la presencia de la directora catalana.

Por otra parte, cabe mencionar la participación de El silencio heredado, de Lucía Dapena, en la sección documental; la proyección de Los tigres, de Alberto Rodríguez, en Avant-Premières; y la presencia de la cinta de animación Olivia y el terremoto invisible, de Irene Iborra, en Cinemed des enfants.

Homenaje a Fernando León de Aranoa

La cita francesa ha organizado un homenaje al director español que incluye una retrospectiva de sus películas.

En concreto, se podrán ver 10 largometrajes suyos: Barrio, Los lunes al sol, Un día perfecto, Loving Pablo, Princesas, El buen patrón, Amador, Familia, Caminantes e Invisibles.

El cineasta acudirá a los pases de El buen patrón, Los lunes al sol y Un día perfecto. Además, tendrá un encuentro con el público el día 25 de octubre a propósito de la proyección de Macarrones del italiano Ettore Scola, que es el título que ha elegido el español como proyección de 'Carta Blanca'.

“SIRAT”, DE OLIVER LAXE, SIGUE SUMANDO ESPECTADORES EN LOS CINES FRANCESES

Redaccion October 9, 2025 Taquilla No Comment



“Sirat”, de Oliver Laxe, sigue fuerte en los cines franceses puesto que en su cuarto fin de semana en la cartelera gala solo pierde un 26 % de espectadores y añade 588.000 dólares para un acumulado de 4,5 millones de dólares. Su cifra final apunta a los 6 millones de dólares, unos números

que no lograba una producción española en este territorio desde hace muchos años.

“Sirat” se ha vendido prácticamente a todo el mundo por lo que seguirá dándonos alegrías cuando se estrene en cines en otros países. Si lograra una nominación al Oscar, su éxito en cines en otros territorios sería aún mayor.

¿De qué va?

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

PREMIOS

Oliver Laxe, Carla Simón o Albert Serra, entre los nominados a los Premios ACCIÓN 2025

La segunda edición de los premios de la Asociación de Directores y Directoras de Cine celebra su gala el próximo 25 de octubre



09 de octubre, 2025 **Jose A. Cano**

Oliver Laxe, Carla Simón, Albert Serra o David Baute son algunos de los nominados a los Premios ACCIÓN 2025. Los galardones de la Asociación de Directores y Directoras de Cine se crearon el año pasado para «visibilizar el trabajo creativo de los cineastas y reforzar el papel de la dirección en el centro del proceso cinematográfico».

La primera edición de los Premios ACCIÓN, celebrada en 2024, distinguió a Pilar Palomero, Javier Macipe, Pablo Berger, Almudena Carracedo y Robert Bahar, y otorgó el Premio de Honor a Fernando Colomo. Este año, la cita se afianza como un espacio de reconocimiento a la dirección cinematográfica española y a las distintas miradas que la hacen posible.

Los galardones se entregarán el sábado 25 de octubre, a las 12:00 horas, en la sede de la Academia de Cine, situada en la calle Zurbano de Madrid. La ceremonia, presentada por Mabel Lozano y Secun de la Rosa y su entrega se enmarca dentro de la Semana del Cortometraje de Madrid.

Tras una primera fase de votación, en la que los socios y socias de ACCIÓN propusieron hasta tres títulos por categoría, las más votadas conforman ahora la lista oficial de nominadas.

La segunda ronda de votaciones —en la que los miembros de la Asociación elegirán a los ganadores— se celebrará desde hoy, día 8 y el 20 de octubre. El recuento será supervisado por la Junta Directiva de ACCIÓN, que garantiza la confidencialidad y transparencia del proceso.

Nominados a los Premios ACCIÓN 2025

Mejor Dirección de Ficción

- Oliver Laxe por Sirât
- Carla Simón por Romería
- José Mari Goenaga y Aitor Arregi por Maspalomas

Mejor Dirección de Documental

- Albert Serra por Tardes.de.soledad
- Paula Palacios por Mi.hermano.Ali
- Arantxa Aguirre por Ciento.volando

Mejor Dirección de Animación

- David Baute por Mariposas.negras
- María Trenor por Rock.Bottom
- Adrià García por El.tesoro.de.Barracuda

Mejor Dirección Novel

- Eva Libertad por Sorda
- Gemma Blasco por La.Furia
- Enrique Buleo por Bodegón.con.fantasmas

PROYECTOS

‘Cinco minutos mas’: el bucle temporal de Berto Romero junto a Javier Cámara y Belén Cuesta

Arranca el rodaje de la primera película escrita por Romero tras las series 'Mira lo que has hecho' y 'El otro lado' y con la que vuelve a colaborar con el director Javier Ruiz Caldera



Berto Romero, Belén Cuesta y Javier Cámara en el rodaje de la película 'Cinco minutos más'. ©Quim Vives

08 de octubre, 2025 Jose A. Cano

Empieza el rodaje de Cinco minutos más, película escrita y protagonizada por Berto Romero. Javier Ruiz Caldera dirige el primer trabajo para cine de Romero, que antes había creado las series Mira lo que has hecho (2018-2020) y El otro lado (2023). Dos ganadores del Goya como Javier Cámara (Vivir es fácil con los ojos cerrados, Truman) y Belén Cuesta (La trinchera infinita) le acompañan en el reparto de esta historia en el que un mundo entero entra en un bucle temporal: se repiten los últimos cinco minutos una y otra vez.

La película, que acaba de arrancar su rodaje en distintas localizaciones de la provincia de Girona, tiene a este trío protagonista de altura para contar cómo, tras alquilar una casa rural para pasar el fin de semana, un matrimonio en crisis y un encargado de agencia inmobiliaria acaban juntos y atrapados en un bucle temporal de los últimos cinco minutos.

Carlos Bernardino (Mano de hierro), Marc Soler (UPA Next), Clàudia Melo (En los márgenes), Puchi Lagarde (Galgos), Tian Tosas (La última noche en Tremor) y Nia Tosas (El mal invisible) completan el reparto de Cinco minutos más, que supondrá la nueva película original de Movistar Plus+ y cuenta con la producción de El Terrat (dentro de The Mediapro Studio) e Ikiru Films.

Cinco minutos más, una nueva colaboración Romero-Ruiz Caldera

Cinco minutos más supone una nueva colaboración de Ruiz Caldera con Berto Romero, uno de sus colaboradores habituales, a quien ha dirigido precisamente en sus series (El otro lado y Mira lo que has hecho), pero también en películas como Spanish Movie (2009), Tres bodas de más (2016), Anacleto: agente secreto (2015), Superlópez (2018) y la última en Wolfgang (Extraordinario), uno de los principales éxitos de taquilla del cine español de 2025.

Los productores de la película son Edmon Roch (Ikiru Films), Laura Fernández Espeso, Javier Méndez (The Mediapro Studio) y el propio Berto Romero, además de Guillermo Farré y Fran Araújo por parte de Movistar Plus+. Clara Valle es productora ejecutiva. La distribución en cines en España correrá a cargo de Filmax y, después se estrenará en streaming en la plataforma de Telefónica.

Sinopsis de la película

narra la historia de un matrimonio en crisis que decide pasar un fin de semana de turismo rural en una casa aislada en el campo. Allí se reúnen con un encargado de la agencia que les enseña la casa y les entrega las llaves. Pero antes de que los deje solos, sucede una cosa extraordinaria: el mundo entero entra en un bucle temporal. Los últimos cinco minutos se repiten una y otra vez como si saltara la aguja de un tocadiscos.

Movistar Plus+ y Mediapro se unen en el rodaje de ‘Cinco minutos más’, un pequeño ‘Día de la marmota’



Javier Ruiz Caldera dirige ‘Cinco minutos más’, una película original Movistar Plus+ producida por El Terrat (The Mediapro Studio) e Ikiru Films que llegará a los cines de toda España en 2026 de la mano de Filmax.

Escrita y protagonizada por Berto Romero, Cinco minutos más narra la historia de un matrimonio en crisis que decide pasar un fin de semana de turismo rural en una casa aislada en el campo. Allí se reúnen con un encargado de la agencia que les enseña la casa y les entrega las llaves. Pero antes de que los deje solos, sucede una cosa extraordinaria: el mundo entero entra en un bucle temporal. Los últimos cinco minutos se repiten una y otra vez “como si saltara la aguja de un tocadiscos”.

Cinco minutos más supone un nuevo encuentro de Ruiz Caldera con Berto Romero, uno de sus colaboradores habituales, a quien ha dirigido en las series El otro lado y Mira lo que has hecho, y en películas como Spanish Movie, Superlópez, Anacleto: agente secreto, Tres bodas de más y Wolfgang, esta última estrenada la pasada temporada con gran éxito de taquilla. Entre sus trabajos más destacados para cine figuran también Un hombre de acción, Promoción fantasma y Malnazidos, incursión en el thriller histórico donde volvió a demostrar su dominio de los géneros y su personal mirada cinematográfica.

Los actores Javier Cámara (ganador de dos premios Goya por las películas Vivir es fácil con los ojos cerrados y Truman y dos premios Feroz y un Ondas por la trilogía de series Vota Juan, Vamos Juan y Venga Juan) y Belén Cuesta (ganadora de un premio Goya por La trinchera infinita) son también protagonistas junto al propio Berto Romero, en su primera incursión como creador de un largometraje tras haber creado y protagonizado las series Mira lo que has hecho (premio Ondas a mejor serie de comedia) y El otro lado, ambas originales Movistar Plus+ en colaboración con El Terrat (THE MEDIAPRO STUDIO) y dirigidas por Ruiz Caldera. Completan el reparto Carlos Bernardino (Mano de hierro), Marc Soler (UPA Next), Clàudia Melo (En los márgenes), Puchi Lagarde (Galgos), Tian Tosas (La última noche en Tremor) y Nia Tosas (El mal invisible).

Cinco minutos más ya comenzado su rodaje en distintas localizaciones de la provincia de Girona. Los productores del largometraje son Edmon Roch, Laura Fernández Espeso, Berto Romero y Javier Méndez, además de Guillermo Farré y Fran Araújo por parte de Movistar Plus+. Clara Valle es productora ejecutiva. La distribución en España de la cinta correrá a cargo de Filmax.

Por REDACCION • 8 Oct, 2025

Cine&TelePRO
60 años liderando la información desde España

Comienza el rodaje de ‘Cinco minutos más’, película original de Movistar Plus

9 octubre, 2025

El proyecto reúne a Berto Romero, Javier Cámara y Belén Cuesta bajo la dirección de Javier Ruiz Caldera, y se está rodando en distintas localizaciones de Girona. La película, que combina comedia y elementos de ciencia ficción, llegará a los cines de la mano de Filmax.



El rodaje de Cinco.minutos.más, película original de Movistar Plus+ producida por El Terrat (The Mediapro Studio) e Ikiru Films, ya ha comenzado en distintas localizaciones de la provincia de Girona. La cinta está escrita y protagonizada por Berto Romero, bajo la dirección de Javier Ruiz Caldera.

El trío protagonista lo completan Javier Cámara y Belén Cuesta, ambos galardonados con premios Goya, y junto a ellos, el reparto incluye a Carlos Bernardino (Mano de hierro), Marc Soler (UPA Next), Clàudia Melo (En los márgenes), Puchi Lagarde (Galgos), Tian Tosas (La última noche en Tremor) y Nia Tosas (El mal invisible).

La producción está liderada por Edmon Roch, Laura Fernández Espeso, Berto Romero y Javier Méndez, con Guillermo Farré y Fran Araújo por parte de Movistar Plus+. Clara Valle ejerce como productora ejecutiva.

Javier Ruiz Caldera, reconocido por su versatilidad y su capacidad para combinar ritmo narrativo, humor inteligente y sensibilidad visual, vuelve a trabajar con Berto Romero tras colaboraciones previas en series como El otro lado y Mira lo que has hecho, y películas como Spanish Movie, Superlópez, Anacleto: agente secreto, Tres bodas de más y Wolfgang, estrenada con éxito la pasada temporada. Entre sus otros trabajos destacados se encuentran Un hombre de acción, Promoción fantasma y Malnazidos, donde ha demostrado su dominio de distintos géneros cinematográficos.

Cinco minutos más narra la historia de un matrimonio en crisis que decide pasar un fin de semana de turismo rural en una casa aislada en el campo. Allí se reúnen con un encargado de la agencia que les enseña la casa y les entrega las llaves. Pero antes de que los deje solos, sucede una cosa extraordinaria: el mundo entero entra en un bucle temporal. Los últimos cinco minutos se repiten una y otra vez como si saltara la aguja de un tocadiscos.

La película será distribuida en España por Filmax y representa la primera incursión de Berto Romero como creador de un largometraje, tras haber protagonizado y creado series reconocidas como Mira lo que has hecho (premio Ondas a mejor serie de comedia) y El otro lado, ambas producciones de Movistar Plus+ en colaboración con El Terrat y dirigidas por Ruiz Caldera.

Cine&TelePRO
60 años liderando la información desde España

En marcha el rodaje de "Cinco minutos más"

EN MARCHA EL RODAJE DE CINCO MINUTOS MAS 9 Octubre 2025. Se acaba de poner en marcha el rodaje de "Cinco minutos más", escrita por Berto Romero y dirigida por Javier Ruiz Caldera.



Reconocido como uno de los directores más versátiles de su generación, Javier Ruiz Caldera ha construido una filmografía que combina ritmo narrativo, humor inteligente y una sensibilidad visual que conecta muy bien con el público.

"CINCO MINUTOS MÁS" supone un nuevo encuentro de Ruiz Caldera con Berto Romero, uno de sus colaboradores habituales, a quien ha dirigido en las series 'El otro lado' y 'Mira lo que has hecho', y en películas como 'Spanish Movie', 'Superlópez', 'Anacleto: agente secreto', 'Tres bodas de más' y 'Wolfgang', esta última estrenada la pasada temporada con gran éxito de taquilla. Entre sus trabajos más destacados para cine figuran también 'Un hombre de acción', 'Promoción fantasma' y 'Malnazidos', incursión en el thriller histórico donde volvió a demostrar su dominio de los géneros y su personal mirada cinematográfica.

Los actores Javier Cámara (ganador de dos premios Goya por las películas ‘Vivir es fácil con los ojos cerrados’ y ‘Truman’ y dos premios Feroz y un Ondas por la trilogía de series ‘Vota Juan’, ‘Vamos Juan’ y ‘Venga Juan’) y Belén Cuesta (ganadora de un premio Goya por ‘La trinchera infinita’) son también protagonistas junto al propio Berto Romero, en su primera incursión como creador de un largometraje tras haber creado y protagonizado las series ‘Mira lo que has hecho’ (premio Ondas a mejor serie de comedia) y ‘El otro lado’, ambas originales Movistar Plus+ en colaboración con El Terrat (THE MEDIAPRO STUDIO) y dirigidas por Ruiz Caldera.

Completan el reparto Carlos Bernardino (‘Mano de hierro’), Marc Soler (‘UPA Next’), Clàudia Melo (‘En los márgenes’), Puchi Lagarde (‘Galgos’), Tian Tosas (‘La última noche en Tremor’) y Nia Tosas (‘El mal invisible’).



Ya está en marcha el rodaje de CINCO MINUTOS MÁS, la película original Movistar Plus+ escrita por Berto Romero y dirigida por Javier Ruiz Caldera



Texto – Redacción. Fotografía – Quim Vives.

'Cinco minutos más', película original Movistar Plus+, producida por El Terrat (THE MEDIAPRO STUDIO) e Ikiru Films, y escrita y protagonizada por Berto Romero, ha comenzado su rodaje bajo la dirección de Javier Ruiz Caldera en distintas localizaciones de la provincia de Girona. Los productores de 'Cinco minutos más' son Edmon Roch, Laura Fernández Espeso, Berto Romero y Javier Méndez, además de Guillermo Farré y Fran Araújo por parte de Movistar Plus+. Clara Valle es productora ejecutiva.

Sinopsis:

‘Cinco minutos más’ narra la historia de un matrimonio en crisis que decide pasar un fin de semana de turismo rural en una casa aislada en el campo. Allí se reúnen con un encargado de la agencia que les enseña la casa y les entrega las llaves. Pero antes de que los deje solos, sucede una cosa extraordinaria: el mundo entero entra en un bucle temporal. Los últimos cinco minutos se repiten una y otra vez como si saltara la aguja de un tocadiscos.

Reconocido como uno de los directores más versátiles de su generación, Javier Ruiz Caldera ha construido una filmografía que combina ritmo narrativo, humor inteligente y una sensibilidad visual que conecta muy bien con el público.

‘Cinco minutos más’ supone un nuevo encuentro de Ruiz Caldera con Berto Romero, uno de sus colaboradores habituales, a quien ha dirigido en las series ‘El otro lado’ y ‘Mira lo que has hecho’, y en películas como ‘Spanish Movie’, ‘Superlópez’, ‘Anacleto: agente secreto’, ‘Tres bodas de más’ y ‘Wolfgang’, esta última estrenada la pasada temporada con gran éxito de taquilla. Entre sus trabajos más destacados para cine figuran también ‘Un hombre de acción’, ‘Promoción fantasma’ y ‘Malnazidos’, incursión en el thriller histórico donde volvió a demostrar su dominio de los géneros y su personal mirada cinematográfica.

Los actores Javier Cámara (ganador de dos premios Goya por las películas ‘Vivir es fácil con los ojos cerrados’ y ‘Truman’ y dos premios Feroz y un Ondas por la trilogía de series ‘Vota Juan’, ‘Vamos Juan’ y ‘Venga Juan’) y Belén Cuesta (ganadora de un premio Goya por ‘La trinchera infinita’) son también protagonistas junto al propio Berto Romero, en su primera incursión como creador de un largometraje tras haber creado y protagonizado las series ‘Mira lo que has hecho’ (premio Ondas a mejor serie de comedia) y ‘El otro lado’, ambas originales Movistar Plus+ en colaboración con El Terrat (THE MEDIAPRO STUDIO) y dirigidas por Ruiz Caldera.

Completan el reparto Carlos Bernardino (‘Mano de hierro’), Marc Soler (‘UPA Next’), Clàudia Melo (‘En los márgenes’), Puchi Lagarde (‘Galgos’), Tian Tosas (‘La última noche en Tremor’) y Nia Tosas (‘El mal invisible’).

La distribución en España de ‘Cinco minutos más’ correrá a cargo de Filmax.

Movistar Plus+ confirma el inicio del rodaje de ‘Cinco minutos más’

8 octubre, 2025 por Ignacio Mittenhoff



Ya está en marcha el rodaje de Cinco minutos más, la película original Movistar Plus+ escrita por Berto Romero y dirigida por Javier Ruiz Caldera. La película llegará a cines de toda España en 2026 de la mano de Filmax antes de estrenarse en exclusiva a Movistar Plus+.

Cinco minutos más narra la historia de un matrimonio en crisis que decide pasar un fin de semana de turismo rural en una casa aislada en el campo. Allí se reúnen con un encargado de la agencia que les enseña la casa y les entrega las llaves. Pero antes de que los deje solos, sucede una cosa extraordinaria: el mundo entero entra en un bucle temporal. Los últimos cinco minutos se repiten una y otra vez como si saltara la aguja de un tocadiscos.

Los actores Javier Cámara (ganador de dos premios Goya por las películas Vivir es fácil con los ojos cerrados y Truman y dos premios Feroz y un Ondas por la trilogía de series Vota Juan, Vamos Juan y Venga Juan) y Belén Cuesta (ganadora de un premio Goya por La trinchera infinita) son también protagonistas junto al propio Berto Romero, en su primera incursión como creador de un largometraje tras haber creado y protagonizado las series Mira lo que has hecho (premio Ondas a mejor serie de comedia) y El otro lado.

Completan el reparto Carlos Bernardino (Mano de hierro), Marc Soler (UPA Next), Claudia Melo (En los márgenes), Puchi Lagarde (Galgos), Tian Tosas (La última noche en Tremor) y Nia Tosas (El mal invisible).

TECHNOLOGY

Netflix lleva por primera vez los videojuegos al televisor

- Los usuarios podrán usar el celular como control remoto
- Lego Party y otros títulos estarán disponibles gratis



El stand de Netflix anuncia la cuarta temporada de "Stranger Things" en una pantalla durante la Comic-Con International en San Diego, California, el 24 de julio de 2022.Foto: Chris Delmas/AFP/Getty Images

Por **Lucas Shaw** October 9, 2025 at 2:19 PM UTC

La plataforma de streaming permitirá jugar videojuegos en televisores por primera vez, dijo el director ejecutivo conjunto Greg Peters el miércoles durante la conferencia Bloomberg Screentime en Los Ángeles, en un paso importante dentro de una de sus principales iniciativas de crecimiento.

“Uno de los ámbitos de juegos a los que apuntamos son las experiencias sociales que pueden verse en el televisor”, afirmó Peters, quien calificó con una nota de B menos los avances de la empresa en esa área.

Netflix ofrecerá juegos grupales como Boggle Party, Pictionary: Game Night, Tetris Time Warp y Lego Party. La compañía ha ofrecido juegos durante cuatro años como parte de su plan para ampliar su alcance más allá de las películas y las series. Hasta ahora, los usuarios solo podían jugar en dispositivos móviles. Con esta actualización, podrán usar sus teléfonos como control remoto mientras la acción se desarrolla en la pantalla grande.

Peters ha liderado el impulso de Netflix hacia los videojuegos, un sector lucrativo que ha frustrado a la mayoría de los estudios de Hollywood. Apuntar a los televisores tiene sentido, dijo, porque el ecosistema de juegos móviles está “bien desarrollado y es muy competitivo”.

Alain Tascan, jefe del área de videojuegos de Netflix, afirmó en una entrevista que muchas compañías de cine y televisión fracasaron en este terreno por adoptar una visión de corto plazo. Tascan se incorporó a Netflix en julio de 2024 desde Epic Games Inc., creadora de Fortnite, para redefinir la estrategia y romper la “maldición de Hollywood” en los videojuegos.

La dirección ha identificado cuatro categorías prioritarias: juegos para niños, juegos para fiestas, títulos de éxito como Grand Theft Auto y juegos basados en producciones de Netflix como Stranger Things.

Todos los títulos iniciales serán gratuitos. Lego Party, por ejemplo, normalmente cuesta unos US$40.

Para jugar, los usuarios necesitarán un televisor inteligente o dispositivos de streaming como los de Roku Inc. y deberán escanear un código QR para convertir su teléfono en control.

Netflix está comprometida con los videojuegos como parte clave de su futuro e invierte en ampliar su capacidad de servidores en la nube para manejar el aumento del tráfico.

“Para entretener al mundo, debemos incluir los juegos”, dijo Tascan. “Muchas empresas tienen usuarios, pero pocas logran reunirlos frente a la principal pantalla de entretenimiento del hogar: el televisor”.

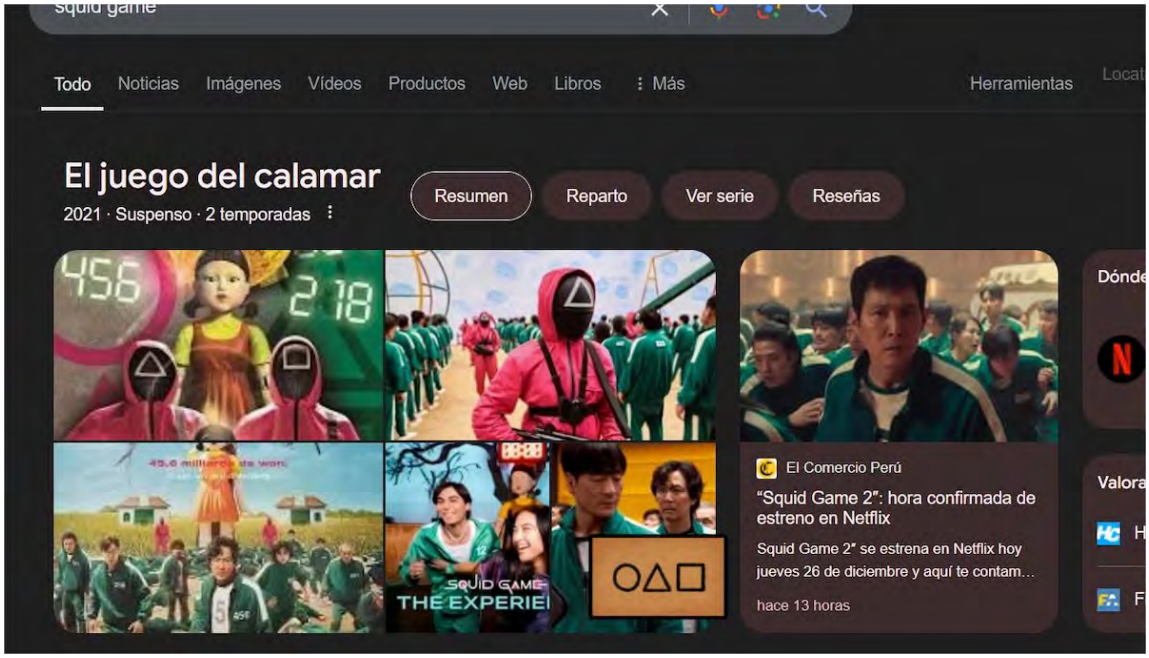
Bloomberg

CincoDías

TELEVISIÓN

Netflix quiere que juegues a videojuegos en la televisión, entre maratones de ‘Stranger Things’

La plataforma lanza la versión beta en España



Juego del El juego de calamar de Netflix

Bloomberg 09 OCT 2025 - 11:04 CEST

Netflix pone sus videojuegos a disposición de los televisores por primera vez. La plataforma de streaming ofrecerá específicamente juegos que se pueden jugar en grupo, como Boggle Party, Pictionary, Game Night, Tetris Time Warp y Lego Party, según declaró Greg Peters, codirector ejecutivo, a Bloomberg.

La compañía lleva cuatro años ofreciendo juegos como parte de un plan para ampliar su alcance más allá de las películas y series. Hasta ahora, los usuarios tenían que jugarlos en dispositivos móviles. Con la nueva oferta, los suscriptores usarán sus teléfonos como mandos, pero gran parte del juego se desarrollará en la pantalla grande.

En España, según explica Netflix en su web, se trata de un proyecto beta, en pruebas. “La finalidad de este programa beta es probar nuestra tecnología de streaming y de uso del mando de juegos para que sea posible jugar en los mismos dispositivos en los que ves Netflix”, asegura. Por ello, si el cliente ve en la pantalla una fila de juegos al explorar Netflix en el televisor o en Netflix.com en un navegador web, “significa que la cuenta se encuentra en este programa beta y que el dispositivo cumple los requisitos de hardware”.

Para jugar, los usuarios deben tener un televisor inteligente o usar dispositivos de streaming como los de Roku. Para convertir un teléfono en un mando de control, los jugadores tendrán que escanear un código QR. Netflix desea que la experiencia de juego sea fluida.

Netflix pone así el foco en el juego social como una de sus iniciativas clave de crecimiento, según dijo Peters en la conferencia Bloomberg Screentime en Los Ángeles. “Una de las áreas de juego que buscamos son las experiencias de juego social que se pueden ver en el televisor”, afirmó.

Peters ha liderado la expansión de Netflix en el sector de los videojuegos, una industria lucrativa que ha afectado a la mayoría de los estudios de Hollywood. Centrar la atención en los televisores tiene sentido, ya que los juegos en teléfonos constituyen un “ecosistema competitivo y bien desarrollado”, asegura.

Alain Tascan, director del negocio de videojuegos de Netflix, declaró en una entrevista que varias compañías de cine y televisión han intentado entrar en este sector sin éxito. “Adoptaron un enfoque a corto plazo”, afirmó.

Tascan se unió a Netflix en julio de 2024 procedente de Epic Games, la editora de Fortnite, para ayudar a revitalizar la estrategia de la compañía y romper la maldición de Hollywood en lo que respecta a los videojuegos. Al principio, Netflix pensó que ofrecer juegos gratis en teléfonos móviles atraería a muchos usuarios. Pero la compañía no es un destino para los videojuegos, y muchos entusiastas ya juegan en otros sitios. Desde entonces, la dirección ha identificado cuatro categorías para priorizar: juegos para niños, juegos para fiestas, éxitos populares como Grand Theft Auto y juegos basados en propiedades existentes de Netflix, como Stranger Things.

Todos los juegos de esta primera oferta son gratuitos. Lego Party normalmente se vende por unos 40 dólares.

La compañía está “comprometida” con los juegos como una parte importante de su futuro y últimamente ha estado invirtiendo en mayor capacidad de servidores en la nube para dar cabida al aumento de tráfico.

“Para entretener al mundo, debemos incluir juegos”, dijo Tascan. “Muchas empresas tienen muchos usuarios, pero no tantas tienen a todas esas personas en la pantalla principal de entretenimiento en casa, el televisor”.

VARIETY

Oct 9, 2025 3:00am PT

Netflix Italy Content VP Eleonora Andreatta on Streamer's First Decade in the Country and Nurturing Local Talent: 'Telling Italian Stories Is Important' for 'Our Offerings Worldwide'

By **Nick Vivarelli**



Eleonora Andreatta

Netflix VP of Italian originals Eleonora Andreatta, who is affectionately known as Tinny, is understandably proud of what the streaming giant has accomplished. Ten years after its launch in the country, Netflix leads the SVOD pack with more than 8 million subscribers, according to Italy's Communications Authority.

As Netflix celebrates its first decade in Italy, Andreatta – who joined in mid-2020 as VP of Italian originals after a long successful stint as head of drama at state broadcaster RAI – underlines fact that roughly 50 Italy originals, shot all over the Italian peninsula, have made it into Netflix's Global Top 10. Plus, strong rapports with Italian talents — and by extension with the country's cultural DNA — have been forged along the way.

“There are these interconnections, sometimes purely by chance, that say a lot about our relationships with talent,” she tells Variety.

Andreatta is fond of the fact that Netflix is celebrating 10 years in Italy with serial killer series “The Monster of Florence” — which drops globally Oct. 22 after launching from Venice — directed by genre specialist Stefano Sollima. The helmer, best known for Sky’s gritty TV hit “Gomorrah,” also directed “Suburra,” which is the first Italian film that Netflix commissioned even before its launch in 2015.

But Netflix’s rapport-building was “more deliberate” in the case of A-list actor Alessandro Borghi, says Andreatta. Borghi starred in Netflix’s first Italian original series, “Suburra” (a spinoff of the film) and in Netflix’s true crime film “On My Skin,” which is the first Italian movie commissioned by the service after it bowed. The hard-hitting police brutality drama was released in 2018 simultaneously in Italian cinemas and on Netflix, sparking controversy from distributors in Italy who clamored for a theatrical window. Borghi more recently played porn icon Rocco Siffredi in Netflix’s “Supersex,” “one of the most provocative and interesting series we’ve launched,” Andreatta says.

Another Italian star whose career is inextricably tied to Netflix’s Italian journey is Benedetta Porcaroli, who broke out in 2018 playing a schoolgirl leading a double life in “Baby,” the show about teen prostitution in Rome that marked Netflix’s second Italian scripted series. Porcaroli later landed a plum lead role in lavish Sicily-set saga “The Leopard,” which marks the streamer’s biggest splash in Italy to date. More recently, Porcaroli has been cast in Guy Ritchie’s upcoming Netflix show “The Gentleman 2” that partly shot in Italy.

Within Italy’s older generation, Andreatta points out that Netflix “has had the honor” of working with screen legend Sophia Loren who in 2020 returned to acting in intimate Italian original film “The Life Ahead” directed by her son Edoardo Ponti.

As Netflix celebrates its first decade in Italy and becomes increasingly active in fostering a new generation of local talents, Andreatta speaks to Variety about some of the streamer’s Italian milestones and her vision going forward.

What is your earliest memory of Netflix in Italy and what goals did you set when you joined?

“Suburra” [the first Netflix Italy original] was co-produced, as a minority co-producer, by RAI, where I was head of drama at that time. I remember the moment when I was sitting in the same room with the then-Netflix executive. He showed me the English dub [of “Suburra”], and a huge taboo fell. It was the taboo that it was impossible for an Italian product to reach the international market, especially the English-language market. I truly felt that something huge was happening. So my arrival at Netflix was

precisely linked to the awareness that, as a commissioning editor, I could create great authentic stories, bold Italian stories, with a platform that is willing to experiment in terms of languages and formats.

What are some titles that stand out under your watch?

Basically, from 2020 onwards, Netflix proved its potential for growth, ambition and the diversification of its offerings in terms of genres and visual languages. 2021 was the memorable year of Paolo Sorrentino's "The Hand of God," his most personal film. These were the years in which we experimented with new forms of documentaries. In 2020, we launched the docuseries "SanPa: Sins of the Savior" [that follows controversial drug rehab founder Vincenzo Muccioli]. Then came "Vatican Girl: The Disappearance of Emanuela Orlandi" [about the disappearance of the teenage daughter of a Vatican employee]. They both represent an innovative form of documentary in Italy: true crime mixed with public outcry. In 2021, we started experimenting with short format adult animation working with by Italian graphic novelist Zerocalcare, who really taps into the zeitgeist. In 2022 we launched [YA drama] "Everything Calls for Salvation" that intercepted a new theme, mental health, for the younger generation that was emerging from COVID.

When it comes to spawning different genres "The Law According to Lidia Poët," the period crime drama about Italy's first modern female lawyer, stands out. Do you agree?

Yes, "Lidia" is one of our titles that has been much loved, not only by Italian audiences but internationally. It represents our desire to tell stories about strong female characters who are imperfect heroines or anti-heroines, and therefore manage to stay etched in people's memories providing a contemporary feel to a period piece.

Let's talk about "The Leopard," which is Netflix's biggest show out of Italy so far. How did that come about?

"The Leopard" was born about a month after I arrived at Netflix. I remembered that the producer [Indiana Production's Fabrizio Donvito] had the rights to the book. It was July 2020, during the days between one lockdown and another. I called him. He was driving on a mountain road and had to pull over. I told him, "I remember that you have the rights to 'The Leopard'; we need to talk." That project had to be done in a way that had previously been impossible in Italy. Doing "The Leopard" in Italian was an ambition that I wanted to achieve at all costs. In Italian literature, there aren't that many IPs that can be brought to the screen. Tommaso di Lampedusa's novel, which looks at the unification of Italy from the perspective of a 20th-century writer, had a modernity that interested me. It also described a transitional era in which the past no longer belongs to us, and the future is yet to be defined. I really liked this idea.

"The Leopard" reportedly cost about $50 million. Will Netflix be making similar investments on an Italian original going forward?

The key thing in Netflix's strategy is that a story can come from any country. So it's part of the strategy. Investment decisions stem from the fact that we deeply believe that telling Italian stories is important for our Italian audience and for our Netflix offerings worldwide. So we will continue to invest, as we have done until now, with the same conviction, the same determination, and the will to boldly and ambitiously continue to develop projects that are relevant to our audience. Our ambition for individual projects that can be as ambitious as "The Leopard" remains unvaried. "The Leopard" was born in 2020 and got to the screen in 2025. So they require a major development effort. But certainly in our pipeline there are always ambitious projects and we are always looking at that scale as well.

VARIETY

Oct 9, 2025 3:30am PT

Trump's 100% Tariff on Foreign-Made Films Met With Eye Rolls at Rome's MIA Market: 'There's No Better Place' to Make Movies Than Europe

By **Christopher Vourlias**



Courtesy of MIA Market

While President Donald Trump might have reupped his threats last month to impose a 100% tariff on movies produced outside the U.S., European film and TV industry professionals aren't flinching, with triumphant execs taking a victory lap this week at Rome's MIA Market over the continued one-way traffic of Hollywood production across the pond.

"It's a very simple question, and the U.S. has understood that: There's no better place to be when you're a producer today than in Europe," said Alexandra Lebret, a partner at French investment firm Axio.

Lebret was speaking at a panel on Wednesday that gathered seasoned fund representatives, agents and producers to talk shop about the fast-evolving world of film financing.

With production costs spiraling worldwide and cost-conscious execs leaving no stone unturned in the hunt for savings, Europe has seen a surge in U.S. production, thanks to a bevy of competitive advantages ranging from tax breaks to soft finance schemes to generally lower production costs across the board.

“It’s great to shoot in Europe,” said veteran producer Rodrigo Texeira, of Brazil’s RT Features (“Call Me By Your Name,” “I’m Still Here”). “American films are coming here because they understand they don’t have those tools you guys have in Europe.”

“We have talents. We have the tax incentives that allow any film or TV series to have a decrease of the cost by 30%. And we also have additional financing,” added Lebret. “It’s crazy. It’s fantastic. That’s why [investment firm Axio] will not go to the U.S. We will wait for the U.S. to come to us.”

Last month President Trump renewed his threats to impose a 100% tariff on movies produced outside the U.S., posting on his Truth Social platform: “Our movie making business has been stolen from the United States of America, by other Countries, just like stealing ‘candy from a baby.’”

Earlier this week in Rome, Italian undersecretary for culture Lucia Borgonzoni blasted the latest threats as “insane,” noting that the proposed levies “would damage the Americans themselves if they imposed them.”

On Wednesday, Texeira expressed the confusion shared by industry professionals across the globe over what a Trump tariff might look like in practice, quipping that the Commander-in-Chief might next try to impose a tax “on [his] shoes.” “No one knows what he means. No one knows what he’s talking about,” said the Brazilian exec.

“He’s taxing his own companies. That makes Europe even better [as an option for U.S. films],” added Lebret.

The ongoing tête-à-tête with the White House highlights the stakes for Hollywood at a time when “costs on everything we consume have gone up,” according to Alex Brunner, a sales agent at UTA.

“The number one thing is to get as much on screen for our clients and try and get them the biggest budget. Cost is not our friend. So we all run around the world, trying to defray those costs…chasing tax credits, subsidies, anything that could reduce that cost factor,” he said. “That’s why we’ve seen — since COVID and the double strikes — an arms race in tax credits. That pursuit is because of the cost factor on these films.”

Despite the optimism around Europe's upsides as a production base, the panelists agreed that current trends are unsustainable. "The budgets are too high. There is not enough financing to [support] it," said Lebret. "How do we decrease it? That's the question we have to answer. It's a key question for the market in general."

Last April, Lebret's firm launched the Together Fund, billed as the first European equity fund dedicated to the support of independent production companies. With an initial capitalization of €58 million ($67 million), the fund was purpose-built to address a gap in the market. "The MGs from international distributors have decreased in films and TV series," said Lebret. "That's why there is now a space for equity financing where there was not before."

When it comes to pre-sales — long a pillar of indie film financing — Brunner said it's "old news" that the previous model can't be relied on to provide producers and financiers the security it once offered.

"Now, anything that could pre-sell, it's become hard. That's sort of old news," he said. "And generally, if you go to any market now, there are things that pre-sell like gangbusters, and there are things that you have to wait and see. And we have to pivot when we do that."

Ahead of next month's American Film Market, Brunner conceded that the current landscape is "feast or famine" for most films — making it ever more imperative that sales teams put together an air-tight package before taking a project to market.

"We're all busy trying to package movies together. And as we go through that process, we're trying to add elements to our screenplays and our filmmakers' stories that we think have pre-salability," he said. "We're being very careful about how we put things together, the price point, what we think that finance will be to really give it a shot."

Rome's MIA Market runs Oct. 6 – 10.

VARIETY

Oct 9, 2025 3:25am PT

Ted Sarandos in Rome Forges Partnership Between Netflix and Italy's National Film Center to Reopen Rome's Cinema Europa Movie Theatre

By **Nick Vivarelli**



Netflix co-CEO Ted Sarandos on Thursday made the trek to Rome to celebrate the 10-year anniversary of the streaming giant's launch in Italy. To mark the occasion Sarandos announced what he called "a unique" partnership with Rome's Centro Sperimentale di Cinematografia (CSC) film school to refurbish and reopen Rome's Cinema Europa Movie Theatre.

The Eternal City's historic Cinema Europa, which had been shut down during the pandemic, will get a makeover and become a space open to education, research, and the promotion of the national film heritage. The CSC will oversee the management and programming of the theater that will become a new home for film students and movie buffs of all ages.

Located near Cinecitta Studios in Rome, the Centro Sperimentale is not only the oldest film school in Western Europe, but also one of the most competitive in Italy. Students are selected through a rigorous audition process to enroll in such courses as production, direction, animation, screenwriting and other disciplines taught by top figures in international cinema. Among its graduates are director Michelangelo Antonioni and cinematographer Vittorio Storaro, both Oscar winners.

Netflix is supporting the project partner with a €4 million ($4.6 million) sponsorship within a five-year agreement. The investment will cover part of the renovation and management costs of the premises as well as various cultural and educational activities. The streaming giant will participate in launching what is being described as a new “laboratory” for cinema in the Italian capital.

The Cinema Europa opening is expected to take place in late 2026.



MIA 2025

Los líderes de las series europeas piden trabajar más para conseguir la paridad de género en el MIA de Roma

por **Davide Abbatescianni**

09/10/2025 - Según los participantes, si el contenido del continente quiere reflejar la sociedad a la que sirve, tiene que empezar por arreglar los desequilibrios detrás de las cámaras



i-d: Jasmin Maeda, Claudia Bluemhuber, Laura Abril, Caroline Hollick, Chiara Cardoso y Carlo Dusi durante la charla

At Rome's MIA Market (6-10 October), the panel "Beyond 27%: Shaping European Drama" turned the spotlight on the persistent gender imbalance within the European drama industry.

Despite gradual progress, the numbers remain stark: women make up just 27% of the sector's workforce, according to a recent study published by the European Audiovisual Observatory.

The session, held on 8 October and moderated by Carlo Dusi, founder and managing director of Turning Point Pictures, gathered six prominent executives: Caroline Hollick (former head of Drama at Channel 4, UK), Laura Abril (EVP Scripted and Global Business Development, Buendía Estudios, Spain), Claudia Bluemhuber (CEO and partner, Silver Reel, Switzerland), Jasmin Maeda (SVP International Fiction Co-production and Acquisition, ZDF, Germany) and Chiara Cardoso (managing director, BlackBox Multimedia, UK).

Opening the discussion, MIA's Paolo Ciccarelli explained that the session was prompted by the "frightening" 27% figure. "Instead of hosting a complaining session, we brought together some of the very best of that 27% to share their stories," he said.

Abril reflected on the structural differences in how men and women progress in the industry. "Women tend to advance through experience, rather than potential, while for men, it often works the other way around," she noted. This pattern, she argued, needs to change. Recalling a women-only leadership course she once took, she pointed out the contrast with male colleagues, who had access to general leadership programmes. "That already speaks for itself," she added.

Abril said there are still too few female role models in leadership positions to serve as references. "We tend to think we need the most experience to progress, ruling ourselves out for certain positions," she continued.

Bluemhuber offered a personal anecdote from earlier in her career: "Someone once said to me, 'She's not just attractive, but very clever,' and they thought it was a compliment." At that time, she recalled, "only men were present at certain levels of the company". For Bluemhuber, real power lies in team-building: "You're never going to get there on your own – one of the greatest superpowers is building an inclusive team, ensuring people can grow. I still work with partners whom I mentored 20 years ago."

Maeda explained how the German broadcaster turned data into action. "If you really want to change something in an organisation, you need to take measures; it doesn't happen by itself," she said. She revealed that ZDF began analysing its gender ratios in 2017 and discovered that only 18% of directors in primetime slots were women. Technical positions were even more poorly represented. "We launched a female directors' programme to support emerging talent and help them build a network," she explained. Participants start by directing 45-minute early-evening episodes before moving to 90-minute primetime dramas. "It's good for them – and good for us, too. It helps us connect with great talent."

Cardoso addressed the subconscious resistance that still shapes hiring practices. "We need to make it clear that hiring a woman isn't taking a risk," she said. "It's about choosing the best talent."

"If you cut out 73% of that pool, you're reducing your chances of success," remarked Hollick. During her tenure, Channel 4 regularly audited representation across its productions. "Every time we looked at the numbers, we were shocked," she admitted. "If you're not aware of the gaps, you can't work on them." She warned against complacency in the UK, where the visibility of prominent women can obscure the underlying imbalance: "We think we're more advanced than we actually are."

Dusi observed that team-based roles appear to show faster progress towards parity than individual creative positions. Maeda agreed, linking the issue to societal norms: "Business mirrors society. In collaborative structures like broadcasters, there's more social support – for example, when you have children. But risk-taking still plays a role, and women are often brought up to be more cautious."

Bluemhuber recalled producing one of the first female-led action films for Paramount. "When we looked at potential directors, the studio presented us with a list – two pages, all men," she said. "The consensus was that women couldn't direct. We can't take progress for granted; things can easily go backwards."

Reflecting on recent policy changes in the USA, Hollick voiced concern about the potential ripple effects in Europe. "Hopefully, the UK and Europe won't follow that path," she said. "As the industry shrinks – with less US money and fewer opportunities – some older commissioners are returning to what they know. That's not good for creativity. We must keep pushing for the stories we believe in."

For Bluemhuber, progress also depends on inspiring the next generation. She mentioned mentoring a young woman who later went on to study cinematography in Munich. "It's about showing them they can do this," she said. Abril offered a telling anecdote: "Once, I had to enter maternity leave and gave my job to a man – he left after a year, for family reasons."

Hollick reflected on biases in recruitment. "We interviewed four directors for a show. Our favourite was a woman – not the most confident person. A man came in as if the job was already his, full of confidence, and got it. The experience wasn't great," she recalled, suggesting that confidence shouldn't outweigh competence.

Asked what is still holding the industry back, Abril pointed to a broader cultural issue: "Our sector mirrors a conservative society. The fact that some people are now proudly removing diversity policies says a lot."

Hollick called for broader training initiatives beyond writing and directing. "There are so many roles that remain overlooked. We need to open those doors, too."

As the panel drew to a close, Dusi asked what advice could be given to men who believe in gender balance. "Speak out," said Abril. "And listen," added Cardoso. Maeda's response prompted laughter and applause: "Don't interrupt women – studies show it happens all the time, even in academia."

Hollick concluded on a hopeful note: "The best workers are often mothers – women who've been through maternity leave know how to get things done."

DEADLINE

NEWS

Sora Is Coming, Sora Is Here, And Hollywood Is Sore

By **Ted Johnson, Jill Goldsmith, Dominic Patten** October 9, 2025 7:06am



Getty Images

The promise and peril of AI is a not a brand-new phenomenon. But it was not until this week that studios and top agency CAA collectively sounded the alarm over one of its most recent and threatening developments – Sora 2.

The new OpenAI generative video model allows users to create social-media-ready videos with just a brief text prompt. The result can be a product of the user's imagination, or a fan-fiction-like story using recognizable properties. The app's "Remix" feature allows for mind-bending mash-ups like Tupac Shakur sitting on the set of *Mr. Rogers' Neighborhood*, Michael Jackson doing *Jackass*-like stunts or Pikachu strapping on a helmet to fight in *The Thin Red Line*.

In response to the furor from content creators over the unauthorized use of their works, OpenAI's Sam Altman walked back the company's initial approach of having IP owners opt out of having their stuff fed into the model. He wrote last week that "we will give rightsholders more granular control over generation of characters, similar to the opt-in model for likeness but with additional controls."

Hollywood isn't acquiescing. Disney and several other players opted out from the beginning. CAA on Wednesday evening put out a stern statement. Sora 2, the mega-agency said, "exposes our clients and their intellectual property to significant risk."

The MPA's Charles Rivkin, speaking for Hollywood's major studios, said in a statement that it was OpenAI's responsibility to "prevent infringement on the Sora 2 service. OpenAI needs to take immediate and decisive action to address this issue. Well-established copyright law safeguards the rights of creators and applies here."

OpenAI has yet to issue a public response.

Left unchecked, AI holds the possibility of allowing for rampant piracy of content. That is why three studios – Warner Bros., Walt Disney Co. and NBCUniversal – have filed suit against San Francisco-based AI firm Midjourney over the use of protected IP, ranging from DC superheroes to Star Wars characters, in their service. The three studios recently sued a Chinese AI firm MiniMax for "willful and brazen" copyright infringement. Last week, Disney sent a cease-and-desist letter to Character.ai for allowing users to rip off original IP including Spider-Man and Darth Vader, Moana and Elsa.

None of the studios, however, have sued OpenAI, which last week reached a valuation of $500 billion. The biggest and best known of AI companies to burst on the scene in recent years counts Microsoft as a major backer and gained wide traction with its large-language model, ChatGPT. Individual Hollywood players, instead, have been vocal in warning of potentially dire consequences to the country's art and culture if copyright is not protected.

"We firmly believe that America's global AI leadership must not come at the expense of our essential creative industries," read a letter to the White House in March signed by over 400 power players. "For nearly 250 years, U.S. copyright law has balanced [a] creator's rights with the needs of the public, creating the world's most vibrant creative economy," the missive says. "We recommend that the American AI Action Plan uphold existing copyright frameworks to maintain the strength of America's creative and knowledge industries, as well as American cultural influence abroad."

Here's a look at where things stand:

Sora 2: The Reawakening

Sora first launched in December of 2024, with Sora 2 following almost a year later. The latest version, which OpenAI calls its "flagship video and audio generation model" just debuted. The invitation-only app immediately became the top title in the Apple Store. It is only available on iOS devices. In the days leading up to the new app's launch, according to the *Wall Street Journal*, the company told talent agencies and studios they would need to opt out to avoid having copyright material – i.e. characters — appear in videos created in the tool. But CEO Sam Altman shifted gears to an "opt-in" model, saying in a blog post that Sora would instead move to that more "granular control" stance.

"We want to … let rightsholders decide how to proceed (our aim of course is to make it so compelling that many people want to). There may be some edge cases of generations that get through that shouldn't, and getting our stack to work well will take some iteration."

He also held out the possibility of remuneration down the line. But it's vague and it's on OpenAI's terms.

"We are going to have to somehow make money for video generation … We are going to try sharing some of this revenue with rightsholders who want their characters generated by users. The exact model will take some trial and error to figure out, but we plan to start very soon. Our hope is that the new kind of engagement is even more valuable than the revenue share, but of course we want both to be valuable."

OpenAI is private and doesn't report earnings. Given its heavy investment, the company generated around $4.3 billion in revenue in the first half of 2025, according to The Information, which cited financial disclosures to its stakeholders.

"Please expect a very high rate of change from us; it reminds me of the early days of ChatGPT. We will make some good decisions and some missteps, but we will take feedback and try to fix the missteps very quickly.

Studio Deliberations

Studios are split, caught in a limbo state between the promise of efficiency and innovation and the risk. Bruised by the epic battle with the WGA and SAG-AFTRA in 2023, with the unions' dual strike largely fueled by fears about AI, they have settled into a curious phase of inaction. a longtime major studio veteran, "The big boys in our industry need to challenge OpenAI," one longtime studio exec tells Deadline in an interview. "And that hasn't happened yet."

For years, Hollywood content creators have warned about piracy, whether through bootleg VHS tapes, or BitTorrent, or renegade streaming providers. The fear has always been that out-of-control technology will enable unauthorized content that undercuts the entertainment business. That is still the case, and studios are still pressing for tougher copyright and anti-piracy laws.

But when the Copyright Office solicited input on how it would handle AI, the response from studios, through the MPA, was that existing laws were sufficient. Sources say there's a simple reason for the approach: Not all studio members are on the same page, as the MPA membership includes not just legacy studios but now Netflix and Amazon.

But there also has been caution among the studios over any law that may stifle the growth of AI, a technology that holds the promise of greatly reducing out-of-control production costs.

OpenAI's Sora, though, appears to have been a bridge too far. The question is whether it is also one too late, given past trends in technology.

Trump's Influence

In taking a much more hands-off approach to AI than his predecessor, Donald Trump has made it clear that content creators can't expect to be owed money when their works are used in AI. "You can't be expected to have a successful AI program when every single article, book or anything else that you've read or studied, you're supposed to pay for," he said. "You just can't do it because it's not doable," he said as the White House unveiled its AI Action Plan in July. "China's not doing it," he said. In lobbying for a looser interpretation of copyright regs, the big AI players have played up the fact that restrictions would give China an edge in the AI race.

Trump appeared to buy that, signing a trio of executive orders that would fast-track federal permitting, review and construction of all major AI infrastructure projects.

He also fired the Register of Copyrights, Shira Perlmutter, many suspect over AI. Challenging her dismissal in a lawsuit, Perlmutter has noted that her opinion of the use of copyrighted works in training models contradicts Trump's views. Her report did not provide a blanket statement that AI companies were in the clear in using content without permission, but that the circumstances were more nuanced.

The legal battle: A major question that will be before the courts is whether the unauthorized use of copyrighted works in training models actually infringes on protected IP.

Sen. Josh Hawley (R-MO) and Sen. Richard Blumenthal (D-CT) have introduced a bill that includes a provision that requires content owners' consent, but it's unlikely to get very far in a Congress that has been unable to even legislate on issues like privacy.

Instead, courts will likely weigh in. That happened during the summer, when a judge determined that another AI company, Anthropic, was not violating copyright when it fed authors' books into its training models. The judge found potential liability a step earlier in the process where, when Anthropic, in accessing the authors' works, downloaded them via pirate sites and other illegitimate channels The company recently agreed to settle the case for $1.5 billion.

The studio lawsuits against Midjourney are focusing less on the training model inputs, and more on the video service outputs. That is, if a user is able to churn out Superman and Minions at the click of a button, there's got to be an obvious copyright violation.

TikTok Twist

Aside from the digital civil war that Sora is poising for Hollywood between the tech-lords (Apple, Amazon & the now David Ellison-owned Paramount), the old guard (Disney, Sony, NBCU, and WBD, for now) and the kingpins (Netflix, YouTube), the real player and victim in all this may end up being TikTok.

Once users make the leap of convenience and faith into the synthetic and/or slop, the Trump favored TikTok could seem very niche. In that sense, as much as the studios and streamers may be intending to haul OpenAI into court to protect their IP, it is TikTok that could suffer the biggest hit.

More so than any other major AI venture so far, the OpenAI product has positioned itself as the natural companion to TikTok. The still ByteDance-owned app probably doesn't know whether to be flattered or frightened as Sora-created short videos floods the platform with AI slop. In architecture, interface, format and overall vibe, the currently invite-only Sora 2 (which launched on Sept, 30) is a social media network in all but name.

Skimming the look of the hugely popular (and soon to be partially Larry Ellison-owned) TikTok, self-proclaimed "world simulator" Sora is designed to attract the under 30-year-old users who remain the dominate demographic on TikTok. A demographic accustomed to smashing and grabbing any and all content, that also gets most of their news and other information from the platform.

Contrary to myths and hopes that audiences will reject AI, Sora is not totally synthetic. The "Cameo" component allows users to drop their own or other human faces into the action. Unlike the effort that still goes into TikTok (even with the use of other AI apps), Sora in seconds and with no external sourcing besides your own face creates personalized videos where you can be seen pulling off a lot more than dance moves.

Creative Angst

The creative community is tied in knots by the advent of Sora 2 and the boundary-blurring innovations that will surely follow. With traditional film and TV down at the heels, AI-enhanced production is something of a tonic for a battered industry. A number of startups have taken root on the very studio backlots where silent films were made more than a century ago. No less a luminary than James Cameron has aligned with a major AI firm, joining the board of Stability AI, and the AI Film Festival unspooled last spring at Alice Tully Hall, longtime home of the New York Film Festival.

Yet the techno-optimism sweeping the production community is accompanied by a gnawing anxiety about the way established IP is at risk of being ripped off and remixed. Not only recognizable characters from popular culture, but history itself.

"I've seen stuff where they've got Martin Luther King and Tupac walking down the street, I am *definitely* not a fan of that," one production company chief tells Deadline. "It's kind of fun to play with, but I wouldn't want to see it used on a daily basis," another company head said. "We are in a political time where people want to whitewash everything, and that's why I don't like it."

Stars who also produce are in a particularly delicate bind, especially those with millions of social media followers. If TCM host Ben Mankiewicz can nearly get canceled by Film Twitter for touting the new *Wizard of Oz* at the Sphere, then the mission for talent is to stay out of the fray. "It's too hot right now, especially with the Lily Norwood situation," one adviser to a top star says.

"There is a future here with Sora and these other models," one producer posits, "but right now we are in the R&D phase and we're going to see the lawsuits come. Once that's settled we'll hopefully know what emerges on the other side."

Dade Hayes contributed to this report.

VARIETY

Oct 8, 2025 11:17am PT

MPA Study Shows the Brazilian Audiovisual Industry Potential: Can Brazil Be the 'Next South Korea'?

The sector generates 50% more direct jobs than the automotive industry and has a $13.1 billion impact on GDP

By **Marcelo Cajueiro**



Andressa Pappas and Walkiria Barbosa

RIO DE JANEIRO, Brazil — The audiovisual industry in Brazil had last year a R$ 70.2 billion (US$ 13.1 billion) total impact on the country's gross domestic product (GDP) and generated a total of 608,970 direct, indirect and induced jobs, according to a just-out Oxford Economics study "The Economic Contribution of Brazil's Audiovisual Industry in 2024."

The Motion Picture Association (MPA) in Brazil, which commissioned the study, released it during RioMarket, the business section of the Rio International Film Fest.

Brazil's local audiovisual industry employees directly the same amount of people as the pharmaceutical manufacturing sector and over 50% more than automotive manufacturers in the country.

"It's an industry with a notable multiplier effect over other industries: for instance, for every R$10 million of value created by the audiovisual industry, there was an additional contribution of R$12 million in other sectors of the Brazilian economy," Andressa Pappas, general director of the MPA in Brazil, told Variety.

Free-to-air TV, led by the giant Globo group, is still the industry's leading segment. It accounted for 47% of the industry's GDP contribution and 44% of its direct employment contribution.

The video on demand segment was responsible for 27% of the industry's GDP and 10% of jobs. Film exhibition repped 5% of the GDP contribution and 22% of jobs. Film and TV production and distribution account for 9% of GDP and 15% of the jobs. Pay TV accounted for 12% of the GDP and 7% of the jobs.

"These numbers show that the audiovisual industry in Brazil is powerful. It's already a strong industry, but it will become much bigger, with proper planning," said Walkiria Barbosa, Rio Fest's executive director and int'l marketing and president of the Audiovisual Industry and Commerce Federation (FICA).

FICA, which gathers representatives of all segments of the Brazilian audiovisual industry and was officially launched during Rio Fest, aims to advance the consolidation of a state policy for the sector, planned transversally. The model is South Korea, which within a few decades managed to build domestically a strong production sector and then emerged from an unknown country to a film, series and music world power.

Can Brazil be the Next South Korea?

U.K.l consultant Amanda Groom, managing director of The Bridge, who worked for South Korean government agencies and helped to implement the successful policies that led to the rise of the Asian country's film and TV industry, sees two potential new emerging audiovisual world powers: India and Brazil.

"There is significant business expansion that could be gained through working with nations such India and Brazil. These are growing markets with young populations that are hungry to view and work with the creative industries on the Global North," Groom told Variety.

"India and Brazil are at a highly strategic moment in their development. Government and industry are aligned," she added. "It is a very good time for the Global North industries, the creative industry of Europe, the U.S. and the U.K., to begin to take India and Brazil more seriously. We know this, because we noticed it in South Korea 15 years ago, when it was a small fish. We see the same level of support, enthusiasm, drive and professionalism coming from both India and Brazil."

VARIETY

Oct 9, 2025 11:42am PT

‘Matlock’ Star David Del Rio Fired Following Sexual Assault Allegation

By **Joe Otterson**



David Del Rio as “Billy Martinez”, from the CBS Original Series MATLOCK, scheduled to air on the CBS Television Network. -- Photo: Art Streiber/CBS ©2024 CBS Broadcasting, Inc. All Rights Reserved.

“Matlock” actor David Del Rio has been fired from the CBS series following a sexual assault allegation, Variety has confirmed.

According to an individual with knowledge of the situation, Del Rio was escorted off the set of “Matlock” last week following an internal investigation. “Matlock” co-star Leah Lewis, according to the source, affirmatively confirmed her involvement in the incident. (In its original report, Variety didn’t name Lewis in accordance with standard journalistic practice for sexual assault allegations.)

On Thursday afternoon, Lewis posted a photo on her Instagram stories of herself hugging her mother, captioned: “Mom is here, we’re moving forward in love and strength. I’m in good hands. Thank you to everybody for any kind of support and care. Truly, we’re moving forward in strength. Key word, strength. Please, let that be the takeaway.”

Approximately half of the second season of “Matlock” has been filmed to date, with a pre-planned hiatus scheduled for next week. Del Rio had the role of Billy Martinez, a first-year associate at Jacobson Moore. His character will be written out of the series for future episodes. He and Lewis worked closely together, playing the younger colleagues of Kathy Bates’ Madeline Kingston.

CBS Studios declined to comment.

“Matlock” Season 2 is slated to debut on CBS on Oct. 12. Bates as stars in the series as Madeline Kingston, aka “Matty” Matlock, described as “a brilliant septuagenarian who achieved success in her younger years and decides to rejoin the work force at a prestigious law firm where she uses her unassuming demeanor and wily tactics to win cases all while investigating a deeply personal secret of her own.”

The show earned a speedy second season renewal following its premiere in October 2024. In addition to being popular with audiences, critics have also praised Bates’ performance, with the actress earning an Emmy nomination for outstanding lead actress in a drama series for the first season.

Jennie Snyder Urman developed “Matlock” and serves as executive producer. Joanna Klein, Eric Christian Olsen, Kat Coiro, and Bates also executive produce. CBS Studios produces. The series is distributed by Paramount Global Content Distribution.

Editor’s note: This story has been updated with Leah Lewis’ name and post on Instagram.

VARIETY

Oct 8, 2025 9:00am PT

Not Just Gameboys: Women Make Up 52% of U.S. Gamers; 22% of Players Are Over 65 Years Old, Study Finds

By **Andrew McGowan**



COLOGNE, GERMANY - AUGUST 20: Gamers play the video game World of Warcraft: Midnight during the Gamescom 2025 computer gaming fair on August 20, 2025 in Cologne, Germany. This year's Gamescom will run from August 20-24 and is expected to draw 300,000 visitors.

A new study has found that women make up more than half of U.S. gamers and that 22% of American gamers are over the age of 65.

For decades, unflattering stereotypes of gamers as lethargic young men engaging in an isolating hobby have persevered in popular culture. From Eric Cartman gluing himself to "World of Warcraft" in an episode of "South Park" to sci-fi franchises like "Tron" and "Ready Player One" depicting video games as dangerous forms of escapism from reality, gamers have been portrayed as detached and sometimes devious members of a juvenile subculture.

As gaming becomes a more mainstream activity, however, these stereotypes grow more archaic, and a new study from the Entertainment Software Association suggests that the universal image of a gamer as a lonely young male is not just outdated, but inaccurate.

The ESA's "Power of Play" report showcases the results of a 2025 survey that gathered data and responses from 24,216 gamers across 21 countries. Participants were aged 16 – 65+ and they all identified as active gamers. The ESA, which is the premiere trade association for the video game industry in the United States, organized the study with other countries' video game associations and global consumer research company AudienceNet.

The study's results show that gamers do not conform to any single archetype of a person, and that the average gamer is both older and less likely to be male than the stereotype might suggest. The average gamer, according to the worldwide study, is 41 years old. The country with the oldest average gamer is Italy, with the average gamer being 50, and the country with the youngest average gamer is China, with the average gamer being 31.

In the U.S., the age group with the greatest number of gamers is actually the 65+ age group, which accounted for 22% of the nation's gamers. The smallest group in the U.S. was the youngest, with 16-24 year olds only making up 9%.

Moreover, the gender divide amongst gamers is far less skewed towards men than one might expect, and in some countries the average gamer is more likely to be female. Globally, 51% of the gamers in the study identified as male, and 48% identified as female, nearly even. The majority of American gamers are actually female at 52%. Meanwhile, gamers in countries like Brazil and South Africa skew heavily female, with women making up 57% and 58% of their gamer populations, respectively.

These expectation-defying results are partially due to the definitions of video games and gaming being far more broad than initial assumptions. Video games are not just the latest shooter or combat titles released for gaming consuls and PCs. They include puzzle games, role playing games, skill and chance games, strategy games, simulations and more, and the most popular gaming device is a mobile phone or tablet.

In an exclusive interview with Variety, ESA senior vice president Aubrey Quinn says, "The misconception is that people think of video games as 'I'm sitting down at my PC or console, and I'm playing a first person shooter game.' That's really an unfortunate stereotype that has stuck to video games. Just like movies or music, there is a genre for everyone."

Video games can include online versions of age-old games like sudoku, solitaire or Monopoly, or new favorites like Wordle or the New York Times Crossword puzzle, which attract players of all demographics.

Quinn and the ESA stress the fact that because gaming can encompass so many diverse forms of engagement and play, the impact of gaming is manifold and, as the study attests, largely positive. “Power of Play” respondents reported that gaming helps them feel less stressed, less anxious, less alone, more creative, and mentally sharper.

While having fun remains the most common reason people turn to gaming, it is closely followed by stress relief and brain exercise. 76% of respondents also noted that gaming helps their problem solving abilities and 50% said that it positively impacted their professional education or careers thanks to the technical and behavioral skills gaming helps accrue.

“The skill sets that people experience through gameplay translate outside of gameplay,” Quinn tells Variety, “They say, ‘This makes me more resilient. This makes me more adaptable and more teamwork oriented. My reading skills are improved. My problem solving skills are improved.’ Being able to figure out new strategies and accomplish something, those are skills that players experience, and we’ve seen academics and researchers really begin to validate that player experience.”

Like many forms of popular culture, from television to comic books to rock and roll music, video games have faced stigma and fear in their rise to popularity. “They even thought that the printing press was bound to make us all lazy,” quips Quinn, “I think there is a little bit of a stubborn misconception about video games and the impact they have. Research shows that there are enormous mental, social, economic, positive benefits of game play and game creation.”

FINANCIAL TIMES

Music

KPop Demon Hunters is storming the charts — but is K-pop's popularity slipping in its homeland?

Netflix's animated musical film has had cross-discipline success but labour conditions and price points raise questions about the health of the genre



Perfect overkill: the fictional girl group, Huntr/x in 'KPop Demon Hunters' © NETFLIX

Ludovic Hunter-Tilney OCTOBER 9, 2025

"Perfect all-kill" is the name in South Korea for a hit song that reaches number one in every major music chart, of which there is a bewildering profusion. The home of K-pop measures musical success by aggregated data from streaming platforms, updated on a real-time, daily and weekly basis. The perfect all-kill notches the top spot in every category. But a new term might need minting for the commercial juggernaut that is KPop Demon Hunters.

Netflix's animated film about a Korean girl group battling a demonic boyband came out in June. Since then it has become the streamer's most watched movie. It was Netflix's first number one in the North American box office charts after a brief release in cinemas. The three members of the fictional girl group, Huntr/x, feature in the online video game Fortnite this month. And their songs are duking it out in the real pop charts with those of their boyband adversaries, Saja Boys.

Fifteen weeks after the single first charted, the heroic girls of Huntr/x are at number one in the US singles chart with "Golden", a dance-pop anthem in the motivational mould of Frozen's "Let It Go". The soul-sucking Saja Boys are at number seven with the infernally catchy "Soda Pop" and also number 10 with bombastic stomper "Your Idol". Meanwhile, the film's soundtrack has the top spot in the album chart.

KPop Demon Hunters's multi-tentacle success across different media deserves an even more hyperbolic phrase than perfect all-kill. Ultimate all-kill, perhaps, or perfect overkill. But it is not quite the coup for K-pop that it seems.

Although set in Seoul, the film has not emerged from South Korea, at least not directly. It was made for Netflix by another US company, Sony Pictures Animation. Its cast and production team are led by members of the Korean diaspora in Canada and the US. The songs are pitch-perfect exercises in classic K-pop, a mix of sugar, schmaltz and steel — but they mask the extent to which today's K-pop industry is faltering.

Korean pop announced itself to the world with "Gangnam Style" by the singer Psy in 2012, a brash comedy song about the highlife whose video was the first to reach 1bn views on YouTube. The global rise of K-pop followed later in the decade. The boyband BTS played the spearhead role of The Beatles in this Korean invasion, while Blackpink established themselves as their girl group opposite numbers.

There are echoes of both acts in KPop Demon Hunters. Huntr/x's "How It's Done" is a Blackpink-style warrior dance, like a glittery haka, while the Saja Boys ape their toothsome counterparts in BTS with a melange of sweet croons and brisk rapping. The musical style is pan-global, borrowing as freely from Bollywood as Britney Spears, with lyrics blending English and Korean.

This export-friendly sound has turned South Korea into a major musical hub. But K-pop's popularity in its homeland appears to be slipping. After almost a decade of growth, album sales dropped by almost 20 per cent in 2024 and have continued declining. There are suspicions that young fans have been rinsed too effectively with costly meet-and-greets, merchandise and numerous editions of the same recordings. K-pop's labour conditions have also come under criticism.

The girl group trio in KPop Demon Hunters work constantly, but their manager is a flustered, kindly figure who only charges three per cent on their earnings. In reality, at least 15 per cent is typical. So is micromanagement of careers, looks and private lives. K-pop training is arduous, beginning at a tender age. K-pop: Idols in Wonderland, a new book by Korean journalist Jeon Da-hyun, depicts a bootcamp regime of 21-hour working days, neglected schooling and unhealthy dieting.

A glut of samey performers has slowed K-pop's momentum. Its biggest names have also had their progress checked. BTS will return to action in 2026 after a four-year hiatus caused by its members doing military service. Girl group NewJeans, the fastest Korean act to reach 1bn Spotify streams, are mired in a contract dispute with their record label. A court ruling is due at the end of this month.

One answer to the difficulty of fitting real people into K-pop's cartoonish fantasyland of girlish women and boyish men is to dispense with flesh-and-blood humans. The animated singing stars in KPop Demon Hunters are doll-like visions of unreal K-pop perfection. They have impossibly long legs, cutely shrunken torsos, neat mouths, expressive big eyes and elaborately styled hair, like the Saja Boy whose pink locks frame his flawless face in the shape of a heart.

Animations are appealing to children, an important constituency for K-pop. Other virtual acts include Plave, a cartoon boyband that has had several hit albums. A future in which computer games, anime, fictional groups and AI become entwined isn't unimaginable. But it will risk turning K-pop into a siloed branch of kids' music, losing any emotional or imaginative connection with the older teens and young adults who also make up its mostly female fanbase. In that respect, KPop Demon Hunters is an all-conquering distraction from current challenges, not the solution.

Salamanca rtv AL DÍA .es

TV

Silvia Domínguez, excapitana del Perfumerías Avenida, 'vuelve' a la Euroliga

Carlos Cuervo 09/10/2025



Silvia Domínguez, con un micro / Movistar Plus

La exjugadora se ha unido al equipo de Movistar Plus para comentar los partidos de la máxima competición de basket femenino

Silvia Domínguez, excapitana del Perfumerías Avenida, ha 'vuelto' a la Euroliga. Asimismo, la exjugadora, que colgó recientemente las botas, se ha unido al equipo de Movistar Plus para comentar los partidos de la máxima competición de basket femenino.

"Empieza la Euroleague Women y tendré la suerte y el privilegio de poder seguir viviendo esta competición, cambiando el balón por un micro. Gracias al equipazo de Movistar Basket. Nuevos comienzos", ha dicho la '6' en sus redes sociales.

Su debut televisivo



El primer diario digital de Castilla y León
Tribuna salamanca



Silvia Domínguez posa con el micrófono de Movistar. Foto: Movistar.

Silvia Domínguez, de la canasta al micrófono

La histórica jugadora de Perfumerías Avenida pasa a tener un nuevo rol en el mundo del baloncesto tras su retirada

Manel Pacho jueves, 9 octubre 2025, 13:01

Los aficionados al baloncesto ya no podrán disfrutar de Silvia Domínguez sobre el parqué, pero sí de ella en otro rol dentro del mundo del deporte. La base catalana se retiró en la pasada campaña y, ahora, pasará a ser comentarista para Movistar.

La jugadora debutó este miércoles en el mundo televisivo con el inicio de la Euroleague Women, una nueva aventura para una base que ha abandonado el balón y la canasta de manera profesional para pasar a las retransmisiones. Domínguez será parte de las locuciones de la mejor competición europea del baloncesto femenino.

El estreno de la '6' de Avenida fue con un SPAR Girona - VDW Gdynia junto a otra figura histórica del baloncesto como Amaya Valdemoro y Antonio Lamolda. Un estreno donde las gerundenses vencieron por 86-53 a las polacas para empezar a lo grande.

vocento

'Los amos de la ciudad', crimen (des)organizado

No es la primera serie ni será la última sobre una familia de mafiosos con luchas intestinas. Esta producción británica de éxito puede sonar a ya vista, pero ofrece un espectáculo algo diferente

Borja Crespo Jueves, 9 de octubre 2025



Lo tiene difícil 'Los amos de la ciudad' para destacar entre tantos dramas criminales donde el honor de una familia de mafiosos está en declive. La competencia directa de 'Mobland', titulada en castellano 'Tierra de mafiosos', con un plantel de artistas mucho más potente y reconocible, supone una dura competencia. Sin embargo, esta serie de ocho episodios, también británica (concretamente, con el sello de la solvente BBC), disponible en Movistar Plus+, se defiende bien, abriendo nuevas vías sin repetirse descaradamente a la hora de manejar los habituales clichés del género, aunque haberlos, haylos.

De entrada, el protagonista, encarnado por James Nelson-Joyce, visto en 'Condena' y la genial 'The Virtues', es un tipo apesadumbrado, cansado de su labor como mano derecha del capo interpretado por Sean Bean -el hombre spoiler-, al que siempre saca las castañas del fuego, como Tom Hardy al rol patriarcal de Pierce Brosnan en la propuesta de SkyShowtime, cuya puntuación en internet es mayor, probablemente por gozar de un empaque más comercial, léase un holgado presupuesto y caras populares.

Ambos personajes apagan fuegos y solucionan marrones para el jefe del clan. Son una suerte de hijos adoptivos cuya misión es ejercer, con energía y delitos de sangre, de «chico para todo». Aquí están los principales puntos en común de dos proyectos que coinciden en el tiempo y gozan de lecturas diferentes, moviéndose en similar terreno.

A diferencia de 'Tierra de mafiosos', 'Lo amos de la ciudad' -con muy buenos índices de audiencia en su país de origen- subraya la melancolía del personaje principal, al cual el amor le revuelve y empuja a intentar abandonar su vida criminal, una decisión difícil de llevar a cabo cuando estalla una guerra interna en la familia para ver quién tiene el poder. Las intrigas convulsionan el imperio de la droga. Al protagonista no le queda otra que debatirse entre la lealtad a sus compañeros de fechorías y un deseo in crescendo de cambiar su existencia en el lado salvaje. A otra cosa mariposa, tiene su corazoncito, pero el volantazo no es posible sin dejar un reguero de cadáveres en un entorno donde la traición, la violencia y la ambición ponen en peligro todo aquello que quiere.

Los dilemas morales que engrandecen todo thriller están presentes en un espectáculo entretenido cuyo mayor lastre es el inevitable «parecido razonable», aunque navegue por otros cauces. Es más original de lo que parece a simple vista, pero los obstáculos en el camino no siempre son salvables. ¿Ya hemos pensado en 'Peaky Blinders'?

'Los amos de la ciudad', oscuro retrato emocional de un criminal con sentimientos, no cuenta con escenas de violencia sumamente explícita y exagerada como ocurre en 'Gangs of London', es más seca y naturalista, con un punto sombrío de agradecer. Huye del histrionismo de los personajes de 'Tierra de mafiosos' y busca su propia personalidad, con destellos de ingenio. Las interpretaciones cumplen, de sobra, con el expediente, con un reparto estrella completado por el talento de Hannah Onslow ('Esto te va a doler', 'El imperio de la luz'), Jack McMullen ('Secuestro en el aire', 'Ford vs Ferrari') y Julie Graham ('Shetland', 'Condena').

Creada por Stephen Butchard, guionista de 'The Last Kingdom', la serie está dirigida por Saul Dibb ('Muerte en Salisbury'), John Hayes ('Dublin Murders') y Eshref Reybrouck ('Operación Éxtasis'), que firman diferentes capítulos. Las tensiones entre los personajes principales van creciendo a medida que avanza la acción. Narrada con crudeza, no oculta su inspiración en la obra de Shakespeare.

ABC, EL CORREO, EL DIARIO VASCO, EL NORTE DE CASTILLA, EL COMERCIO, DIARIO MONTAÑÉS, DIARIO DE NAVARRA, LA RIOJA, LA VERDAD, IDEAL, SUR LAS PROVINCIAS, HOY
