RESUMEN DE MEDIOS **JUEVES, 2 DE OCTUBRE DE 2025**

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA 2025

MOVISTAR PLUS+

Movistar Plus+ lanza su contenido estrella en todo el mundo (Variety)

Movistar Plus+ Internacional consolida la distribución de originales en Europa, América y Asia (VARIOS)

Movistar Plus+ adquiere el documental de CAPA España "Serás Farruquito" (PRODU)

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA: DÍA 2

La producción española brilla en la segunda jornada de Iberseries & Platino Industria (TTV)

Carmen Ferreiro, Atresmedia: «Tenemos muchas novedades para 2026» (TTV News)

Sony Music y Buendía desarrollan serie, película y docuserie sobre Rocío Dúrcal (C21)

Secuoya Studios destaca su expansión global y presenta alianzas en Islandia, Francia, Reino Unido y EE. UU. (Variety)

SkyShowtime se alía con Secuoya para una nueva serie ("El homenaje") en España, donde prevé dar luz verde a dos o tres proyectos al año (Cveintiuno, TTV News, THR)

HBO Max anuncia el estreno de la serie documental española "Expediente Vallecas", producida por Buendía Estudios (TTV News)

RTVE presentó su apuesta de ficción, *La Frontera* y *Sin Gluten* (TTV News)

TELEFÓNICA

Marc Murtra: Telefónica "no tiene sobre la mesa" invertir en TV privada en abierto (EFE)

El Gobierno respalda la estrategia de Telefónica de fusiones en 'telecos' (Expansión)

Murtra pide titanes tecnológicos europeos para evitar "regular la nada" (VARIOS)

PIRATERÍA

Preocupación en el sector cultural por el repunte de la piratería (Observatorio de la Piratería)

La piratería repunta un 9% tras diez años a la baja debido a las apps y redes sociales (El Correo)

Un año después, LaLiga vuelve a enviar burofaxes reclamando 450 euros por ver fútbol ilegal. Los expertos recomiendan no pagar (Xataka)

NO FICCIÓN ORIGINAL

FLORES PARA ANTONIO

Alba Flores emociona a su familia con el recuerdo de su padre: "Estuve muchos años enfadada con él" (LECTURAS)

Antonio Flores, el rebelde de corazón frágil (LECTURAS)

Los Flores, unidos por el legado de Antonio (SEMANA)

Las Flores homenajean a Antonio en el festival de San Sebastián (Diez Minutos)

Alba Flores rompe el silencio sobre la muerte de su padre: «Estuve años enfadada con él pero ya lo he perdonado» (ABC)

El guiño emotivo de Alba Flores a su padre en San Sebastián: hace referencia a una entrañable escena de los 90 (El Confidencial)

FUEGO

Movistar Plus+ produce 'Fuego', película documental de León Siminiani que llegará a los cines en 2026 (Audiovisual 451)

'Fuego' se adentra en los incendios del pasado agosto en España y revela la magnitud de una crisis que va más allá de las llamas (El Séptimo Arte)

Movistar Plus+ prepara 'Fuego', una mirada profunda sobre los incendios del pasado agosto en España (ElPlural)

FICCIÓN ORIGINAL

POQUITA FE

Raúl Cimas: "No puedes llamar a alguien calvo hijo de puta y luego decir que era broma" (El Confidencial)

Invocación del cómico Raúl Cimas (Antonio Lucas en El Mundo)

"Poquita fe": la mejor herencia *azconiana* viene en píldoras (Diario de Sevilla)

La segunda temporada de "Poquita Fe" (Movistar+) es espectacular (Juanma González en Libertad Digital)

ANATOMÍA DE UN INSTANTE

'Anatomía de un instante': la historia real tras los protagonistas del golpe de Estado que hizo temblar España (ABC)

EL CENTRO

'El Centro', la nueva serie original Movistar Plus+ se estrena el 9 de octubre (AquíTV)

Series recomendadas para octubre (EL PAÍS)

Toreros, manicuras y espías en las series de octubre (Grupo JOLY)

Las series más destacadas de octubre de 2025, entre 59 títulos como 'La Ruta', 'Monstruo', 'La Suerte' o 'El Centro' (Vertele!)

CINE ORIGINAL

SIRÂT

"Sirât": ¿es esta la mejor elección para los Oscar? (Rosa Die en Alfa & Omega)

LA BOLA NEGRA

Los Javis ruedan en el Carmen de los Mártires "La bola negra" (Granada Hoy)

ESTRENO EXCLUSIVO

LA CAZA. IRATI

Silvia Alonso y el desafío de sumergirse en un personaje para 'La caza. Irati' sin saber demasiado: "Da mucho vértigo" (El Español/Bluper)

DEPORTE Y TV

TBS seguirá al frente de la producción de la ACB durante cinco años más (Panorama Audiovisual)

La Ligue 1 repartirá 142 millones entre sus clubes tras apostar por una OTT propia (2Playbook, Palco23)

El arma de doble filo de jugar en Europa: riesgos y ventajas de los millones de UEFA (2Playbook)

El Barça pierde 17 millones en 2024-2025 y confía en volver a beneficios con el Spotify Camp Nou (2Playbook)

Las audiencias televisivas han subestimado los deportes durante años. Ya no (The Hollywood Reporter)

La NFL ficha a Rafa de los Santos, ex del Real Madrid y Amazon, como director general en España (2Playbook)

Tubi transmitirá el partido del Día de Acción de Gracias de la NFL (The Hollywood Reporter)

Los accionistas de FuboTV aprueban el acuerdo de transmisión con Disney (The Wall Street Journal)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

GECA analiza el ecosistema español de plataformas gratuitas y canales FAST en su nuevo barómetro trimestral (Audiovisual 451)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

El mercado estadounidense de *streaming* es mucho menos insistente en la exclusividad de contenidos que el europeo (C21Media)

Aumentan los usuarios y las horas de visualización de los canales FAST, aunque esos canales son casi siempre los mismos (ScreenMedia)

Las audiencias de *streaming* fuera de EE. UU. pasan cada vez menos tiempo viendo contenido estadounidense (DecodeTV)

Javier Pons, director de Telemundo Studios: "La programación en vivo es la única forma de vencer al *streaming*" (The Hollywood Reporter)

Más de un tercio del catálogo de Peacock también está en Prime Video (The Hollywood Reporter)

Paramount: la segunda ventana y licencias externas después de colocar inicialmente sus títulos en sus propios servicios mediante la integración vertical (3Vision)

Elon Musk llama a sus seguidores a cancelar sus cuentas de Netflix por defender la "agenda transgénero" (The Hollywood Reporter)

HBO Max acaba de confirmar que sigue muy lejos de poder competir con Netflix. Y lo ha hecho de la forma más inesperada (Espinof)

El servicio de videojuegos de Amazon Prime se renueva por completo (Variety)

¿Por qué Jared Kushner y los inversores saudíes han comprado EA Games? Respuesta corta: El entretenimiento es el nuevo petróleo (Vanity Fair)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Universal y Warner negocian acuerdos históricos con la IA: buscan una estructura de pago similar a la del *streaming* ante la inminente disrupción (Financial Times)

¿Sora 2 llega a Hollywood en son de paz — o para dejarlo hecho pedazos? (The Hollywood Reporter)

La *startup* de inteligencia artificial Character.AI elimina personajes de Disney de su plataforma de *chatbot* tras una amenaza legal (Los Angeles Times)

La película dirigida por IA "The Sweet Idleness" estrena tráiler en medio de la controversia sobre la actriz Tilly Norwood (Variety)

MOVISTAR PLUS+

Movistar Plus+ en octubre: compromiso con la industria audiovisual (Grupo PROMECAL)

Estrenos de Movistar Plus en octubre: Zendaya, los Looney Tunes y la película del cancelado Jonathan Majors (OK Diario)

Movistar Plus+ arranca octubre con "Los Tortuga" y la esperada "Paddington: Aventura en la selva" (Vemos TV)

VARIETY

Oct 1, 2025 1:14am PT

Movistar Plus+ Rolls Out Stellar Shows Worldwide (EXCLUSIVE)

'La Mesías,' 'Querer,' 'The New Years' and 'Marbella' feature as recent Movistar Plus+ best-sellers as Arte France boards 'Killing a Bear'

By **John Hopewell**



'The New Years,' 'Querer,' 'La Mesías,' 'Marbella'

Just three weeks after Arte France revealed that it has boarded Movistar Plus+ original "Killing a Bear," created by brothers Jorge and Alberto Sánchez-Cabezudo ("Crematorium," "The Zone"), Movistar Plus+ International has drilled down for buyers on its latest sales, led by "La Mesías," "The New Years," "Querer" and "Marbella."

The sales revelation was made on the first day of trading at Madrid's Iberseries & Platino Industria.

In total, Movistar Plus+ International, the international sales arm of Movistar Plus+, the biggest Spanish pay TV/SVOD operator, has unveiled 35 licensing pacts, some wrapped in co-production arrangements.

Arte France

In stellar deals – some announced some not – Arte France is set to co-produce "Killing a Bear," an original murder mystery based on real events kicked off when Cachou, a brown bear, was found dead in a ravine in the Pyrenees' stunningly beautiful Aran Valley in 2020.

The discovery prompted a first criminal investigation into the death of a wild animal in Spain, and possibly anywhere else in Europe.

"Killing a Bear" looks set to explore multiple warring viewpoints, bringing us closer to "a conflict that speaks of identity, the environment and the latent violence in coexistence," the brothers Sánchez-Cabezudo stated as the series went into production in mid-September.

Remarkably, "Killing a Bear" marks the fourth co-production between Movistar Plus+ and Arte France, after Pepe Coira's edgy Canary Island crime drama "Hierro" (2019) and Rodrigo Sorogoyen's on-off couple romantic saga "The New Years" (2024), which played Venice alongside Alfonso Cuarón's Cate Blanchett starrer "Disclaimer" for Apple TV+, and Thomas Vinterberg's "Families Like Ours," sold by StudioCanal.



Killing a Bear

This March, in one of Series Mania's banner announcements, Movistar Plus+ and Arte France unveiled they were co-producing "The Anatomy of a Moment," Alberto Rodríguez's vision of how three key figures of "Shakespearian stature," Rodríguez says – Spanish Prime Minister Adolfo Suárez, Spanish Communist Party head Santiago Carrillo and armed forces chief Manuel Gutiérrez Mellado – won democracy for Spain over 1976-77. It also chronicles how they literally refused to bow when a rogue posse of army rebels stormed Spain's Congress in 1981 spraying its hemicircle with bullets, when democracy was almost lost.

"The Anatomy of a Moment" world premiered to acclaim last Friday at Spain's San Sebastián Film Festival, Spanish newspaper El Mundo calling the four part mini-series "magnetic" and El Correo announcing it as "the series of the year."

In further deals, Arte France has also acquired toxic parent drama "La Mesías," the biggest series to date from "Veneno" creators and Javier Ambrossi and Javier Calvo, "Los Javis," and family drama and court case thriller "Querer," from Alauda Ruiz de Azúa.

"It's the first time that we have so many projects at the same time with the same commissioner and the same program unit of one company or one broadcaster or platform, whatever," Alexandre Piel, Arte France's deputy head of drama, told Variety in March.

Milestone Deals With Disney+, Walter Presents, RaiPlay

In other key recent deals, Movistar Plus+ inked with Disney+ on two high-profile title for pan-Latin American distribution: "The Nameless," from Filmax ("[REC]"), Pau Freixas ("The Red Band Society," "You Shall Not Lie") and Pol Cortecans ("You Shall Not Lie"), and "Marbella," created by Dani de la Torre and Alberto Marini, behind Movistar Plus+ series "The Unit," which ran to three seasons.

An adaptation of the same-named cult novel by Ramsay Campbell, but "more of a psychological thriller than horror piece," says Jorge Pezzi, Movistar Plus+ director of fiction and alliances, "The Nameless" bowed on Disney+ on Sept. 10, thanks to a deal between Movistar Plus+ and Pablo Bossi's Gloriamundi Producciones.

"The Nameless," with "The Anatomy of the Moment," will now feature as two of Movistar Plus+ International's flagship titles at Cannes' Mipcom trade fair, running Oct. 13-16.

A Marbella mob lawyer caper – "the tone is fiction, artificial and highly entertaining, but the background is painstakingly researched" exec producer Fran Araujo has said – "Marbella" has also been acquired by the U.K. Channel 4's prestigious streaming service Walter Presents, along with "Hierro's" two seasons and rural crime drama "Second Death," by renowned Spanish scribe Agustín Martínez ("La Caza. Irati").

Equally, RaiPlay, the Italian pubcaster's VOD service, has bowed "The New Years" to upbeat viewer numbers and critical acclaim.

Licensing Pacts : 'La Mesías,' 'The New Years,' 'Querer,' 'Marbella'

"Marbella" has also been acquired by top Portuguese movie-TV distributor NOS Lusomundo, which has also secured "Querer," "The New Years" and "La Mesías."

Rolling off big fest selection and awards – "Querer" took Series Mania's Grand Prix this March – and great reviews – newspaper Libération called "La Mesías" "one of the most beautiful series of the year" – the four series feature as bestselling recent series from Movistar Plus+.

Marital rape tale "Querer" has been picked up by Argentina's Flow and Greece's Cinobo, "The New Years" by Flow, Cinobo and South Korea's LG; "La Mesías" – tracing a man's battle in early middle life to come to terms with a hugely repressive religious upbringing – has also been licensed by top Italian streaming service My Movies One and Lithuania's pubcaster LRT and Greece's Cinobo.

Deals range broadly from iconic global streamers (Disney+) to free-to-air operators (Channel 4) and upscale international streaming services. They are made on titles with an auteurist drive or, as Omdia's Maria Rua Aguete puts it, "crossover fictions where auteurist vision meets broader, often thriller-leaning storytelling." Think "The New Years," "The Nameless," "Marbella" and "Offworld," an innovative global blackout drama-thriller.

A Drill-Down on More Deals:

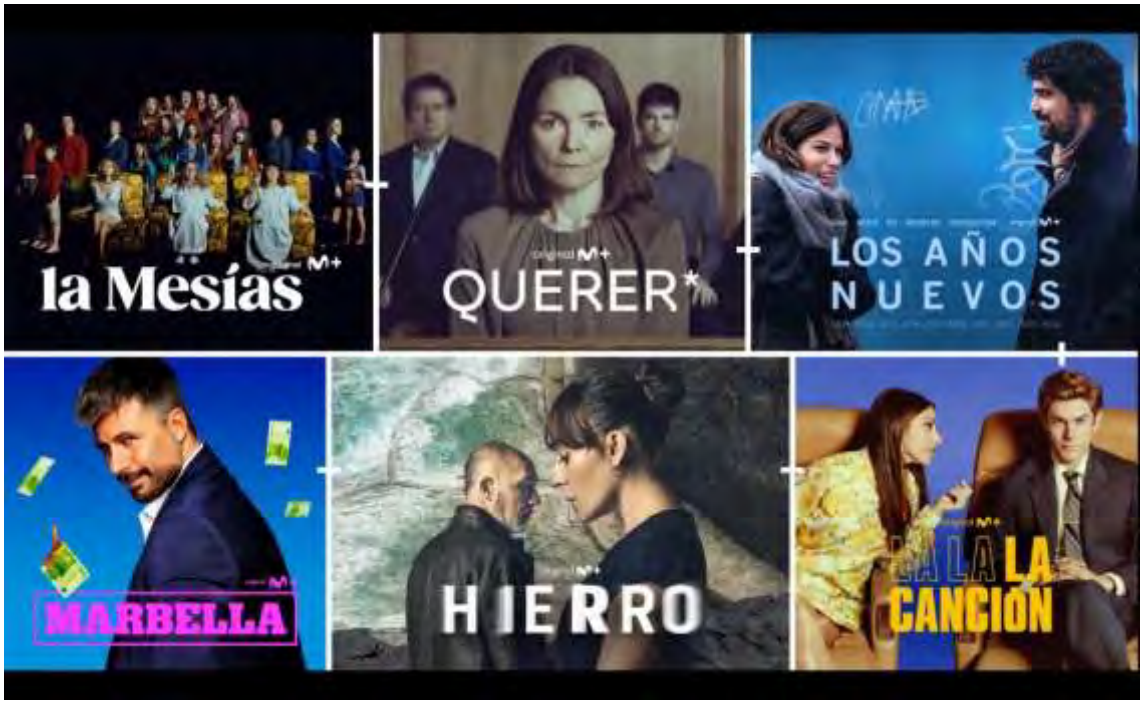
*Cinobo: The upscale Greek SVOD service, has also closed "Riot Police," Rodrigo Sorogoyen's first Movistar Plus+ series and a big hit at 2020's San Sebastián, plus "Offworld" and 2025's "La canción," from "Hierro" and "Rapa's" Pepe Coira and Fran Araujo, revisiting Spain's stunning 1968 Eurovision win and how its dawn of democracy began – movigly – to impact ordinary folk's lives.

*TRT Turkish pubcaster has acquired "Riot Police," "Offworld," art world satire "Bellas Artes," from Mariano Cohn and Gastón Duprat, "Hierro" and "The Left-Handed Son," the directorial debut of Alberto Rodríguez co-scribe Rafael Cobos which won best short format series at 2023's Canneseries

*South Korea's LG, a streaming service, has licensed "Riot Police," "Offworld," "Bellas Artes," "The Left-Handed Son," "Galgos," "Hierro," "La Mesías" and "Sentimos las Molestias," a later life dramedy from Álvaro Fernández Armero and Juan Cavestany, both behind pioneering Movistar Plus+ comedy "Vergüenza" (2017).

Movistar Plus+ Internacional consolida distribución de originales en Europa, América y Asia

01/10/2025 Por ttvnews



Destacan los acuerdos alcanzados con ARTE France, con Disney+ en Latinoamérica, RAI (Italia) y Channel 4 (Reino Unido).

Movistar Plus+ International, la división de distribución de la plataforma Movistar Plus+, presentó este martes 30 de septiembre, en el marco de la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, los diferentes acuerdos de ventas y coproducción que suponen un éxito en el viaje internacional de los títulos originales de ficción Movistar Plus+.

La compañía nació en 2022 con el objetivo de dinamizar la distribución internacional de todas las producciones originales de la plataforma, así como de lograr la firma de acuerdos de coproducción con socios internacionales relevantes que contribuyan a llevar a cabo proyectos más ambiciosos, diseñados para alcanzar un público global que demanda historias con el sello de calidad español.

Acuerdo con ARTE France

El canal cultural europeo ARTE France se ha convertido en uno de los grandes socios de las series originales de ficción, al haber confirmado

recientemente su participación en la serie Matar a un oso, en etapa de rodaje.

Además, ARTE France es un socio destacado en la producción de Anatomía de un instante, la nueva serie de Alberto Rodríguez que se estrena en España el próximo 20 de noviembre, protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández y Manolo Solo.

ARTE France estrenará en noviembre Los años nuevos, de Rodrigo Sorogoyen, que se suma en su oferta a los títulos originales Movistar Plus+ La Mesías y Querer, que han logrado un éxito de audiencia relevante.

Distribución en Latinoamérica

El prestigio de Disney+ acompaña a dos títulos originales Movistar Plus+ que se pueden ver en todos los territorios de Latinoamérica en los que opera el gigante mundial.

La serie Los sin nombre, creada por Pau Freixas y Pol Cortecans, protagonizada por Miren Ibarguren, Rodrigo de la Serna y Milena Smit, se estrenó el pasado 10 de septiembre en virtud de un acuerdo concretado por Movistar Plus+ International con Gloriamundi Producciones.

Además, Disney+ también ofrece la serie Marbella, creada por Dani de la Torre y Alberto Marini y protagonizada por Hugo Silva.

A través del servicio de TV y streaming Flow, presente en Argentina, Uruguay y Paraguay, sus clientes pueden ver las series originales Movistar Plus+ Galgos, Querer y Segunda Muerte.

Distribución en Europa

La vocación europea de Movistar Plus+ International se traduce en una amplitud de operadores, territorios y títulos entre los que destacan:

RaiPlay (Italia) – Ha estrenado con éxito destacado la serie de Rodrigo Sorogoyen Los años nuevos.

Walter Presents (Reino Unido) – El servicio de streaming del prestigioso Channel 4 cuenta en su catálogo con las series Hierro (dos temporadas), Marbella y Segunda muerte.

Cinobo (Grecia) – La plataforma de streaming de cine de alta calidad ofrece a sus clientes las series Antidisturbios, Apagón, La canción, Los años nuevos y Querer.

NOS Lusomundo (Portugal) – Ha adquirido los derechos de las series La Mesías, Los años nuevos, Marbella y Querer.

My Movies One (Italia) – El servicio referente del cine en streaming de Italia posee en su catálogo la serie La Mesías.

LRT (Lituania) – El operador público del país báltico ha adquirido los derechos de la serie La Mesías.

TRT (Turquía) – La Corporación Turca de Radio y Televisión ofrece las series Antidisturbios, Apagón, El Hijo Zurdo y Hierro (dos temporadas).

Distribución en Asia

El mercado asiático, históricamente poco permeable al audiovisual europeo, ha supuesto un reto importante que se ha superado con un acuerdo histórico alcanzado con LG, la compañía tecnológica líder también en distribución de contenidos.

LG (Corea del sur): El servicio de streaming cuenta ya en su catálogo con las series Antidisturbios, Apagón, Bellas Artes, El Hijo Zurdo, Galgos, Hierro (dos temporadas), La Mesías y Sentimos las Molestias (dos temporadas).



Iberseries Platino Industria

Rebeca Aguilar y Fabrizia Palazzo, managers de Distribución de Movistar Plus+, dialogaron con ttvnews en el marco del evento en Madrid, donde presentaron las últimas novedades del grupo.

*Con producción de Fernando Moreno, desde Madrid

En el marco de la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, Movistar Plus+ International, la división de distribución de la plataforma Movistar Plus+, presentó los diferentes acuerdos de ventas y coproducción que suponen un éxito en el viaje internacional de sus títulos originales de ficción.

«Estamos presentando nuestro contenido en el marco de Iberseries», comenzó en diálogo con ttvnews Rebeca Aguilar, manager de Distribución de Movistar Plus+. «Llevamos trabajando todo un año en hacer contenido diferencial y esta la oportunidad perfecta para enseñarlo todo junto. Hay un par de proyectos que nos quedan por estrenar en los próximos meses. Estamos muy emocionados de poner todo el 2025 junto y presentárselo a nuestros clientes».

«Hemos visitado los casos de éxito que tuvimos el año pasado, de los productos que estrenamos en 2025, y hablamos un poquito de lo que se viene en 2026», resumió la ejecutiva. «Es importante que los clientes sepan que tenemos contenido igual de relevante del que hemos venido presentando, aunque no tengamos imágenes aún».

Dentro del listado, Aguilar destacó algunos de los proyectos más recientes de la plataforma, como Se tiene que morir mucha gente, Yo siempre a veces, y Matar a un oso.

«Presentamos también Matar a un oso, una producción de Movistar Plus+ hecha por Filmax», agregó por su parte Fabrizia Palazzo, manager de Distribución de la plataforma, en diálogo con ttvnews.

«El proyecto está basado en una obra del mismo nombre y es la historia de una mujer que perdió a su hija en un accidente. Ella reconstruye su vida, vuelve a quedar embarazada. Y de repente en una llamada escucha la voz de su hija. Y empieza este viaje desesperado por intentar recuperarla junto con el ex policía que había sido jefe de la investigación siete años antes».

«Se estrenó este verano con muy buena audiencia», remarcó.

De cara al próximo Mipcom en Cannes, la ejecutiva destacó otros grandes títulos que también estarán presentando al mercado internacional, como ser Anatomía de un instante, El centro, o La vida breve. «Y muchos más, un catálogo muy amplio de géneros variados», concluyó.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Movistar Plus+ International sella nuevos acuerdos de distribución en Latinoamérica, Europa y Asia

Por Marco Sánchez Sequera -1 octubre, 2025

Movistar Plus+ International, la división de distribución de Movistar Plus+, ha aprovechado Iberseries & Platino Industria para repasar diferentes acuerdos de ventas y coproducción de sus ficciones originales.

Así, RaiPlay (Italia) ha estrenado 'Los años nuevos', y Walter Presents (Reino Unido), el servicio de streaming de Channel 4, cuenta en su catálogo con las series 'Hierro' (dos temporadas), 'Marbella' y 'Segunda muerte'. Por su parte, la plataforma de cine Cinobo (Grecia) ofrece a sus clientes 'Antidisturbios', 'Apagón', 'La canción', 'Los años nuevos' y 'Querer', mientras que NOS Lusomundo (Portugal) ha adquirido los derechos de las series 'La Mesías', 'Los años nuevos', 'Marbella' y 'Querer'.



El servicio de streaming My Movies One (Italia) posee en su catálogo 'La Mesías', cuyos derechos ha adquirido también el operador público LRT (Lituania). Finalmente, TRT (Turquía) ofrece 'Antidisturbios', 'Apagón', 'El hijo zurdo' y 'Hierro' (dos temporadas).

En Latinoamérica, la distribuidora ha vendido a Disney+ los derechos de 'Los sin nombre' y 'Marbella. También el servicio de TV y streaming Flow, presente en Argentina, Uruguay y Paraguay, ofrece tres títulos de Movistar Plus+: 'Galgos', 'Querer' y 'Segunda muerte'.

Dentro del mercado asiático, Movistar Plus+ ha sellado un acuerdo con la compañía tecnológica LG, dedicada también a la distribución de contenidos.

En Corea del Sur, su servicio de streaming cuenta ya en su catálogo con las series 'Antidisturbios', 'Apagón', 'Bellas artes', 'El hijo zurdo', 'Galgos', 'Hierro' (dos temporadas), 'La Mesías' y 'Sentimos las molestias' (dos temporadas).

La relación con ARTE France

El canal cultural europeo ARTE France se ha convertido en uno de los grandes socios de las series originales de ficción de Movistar Plus+, al haber confirmado recientemente su participación en la serie 'Matar a un oso', en etapa de rodaje. Creada por los hermanos Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo, está protagonizada por Eduard Fernández, María Rodríguez Soto, Miki Esparbé, Pol López, Nora Navas y Àlex Monner.

Además, ARTE France es un socio destacado en la producción de 'Anatomía de un instante', la nueva serie de Alberto Rodríguez que se estrena en España el próximo 20 de noviembre, protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández y Manolo Solo.

ARTE France estrenará en noviembre 'Los años nuevos', de Rodrigo Sorogoyen, que se suma en su oferta a los títulos originales Movistar Plus+ 'La Mesías' y 'Querer'.

RUBiK
AUDIOVISUAL

INTERNACIONAL NOTICIAS

Movistar Plus+ International refuerza su presencia global con acuerdos en tres continentes

octubre 1, 2025 · por Admin

Movistar Plus+ International, la división de distribución internacional de Movistar Plus+, ha consolidado su estrategia con la firma de nuevos acuerdos en Europa, América y Asia, ampliando así el alcance de sus producciones originales en mercados clave.



Imagen cortesía de Movistar Plus+

La compañía, que nació en 2022 con el objetivo de impulsar la proyección internacional de los títulos de la plataforma, presentó sus resultados más recientes en la quinta edición de Iberseries & Platino Industria.

Entre los logros destacan las alianzas con ARTE France, Disney+ en Latinoamérica, RAI en Italia y Channel 4 en Reino Unido.

Sobre los nuevos acuerdos de Movistar Plus+ International

El acuerdo con ARTE France incluye la participación en Matar a un oso, actualmente en rodaje, además de la coproducción de Anatomía de un instante, dirigida por Alberto Rodríguez y protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández y Manolo Solo, cuyo estreno en España será el próximo 20 de noviembre.

También estrenará en noviembre *Los años nuevos* de Rodrigo Sorogoyen, que se suma a otros títulos ya distribuidos como *La Mesías* y *Querer*.

En Latinoamérica, Disney+ ha incorporado a su catálogo Los sin nombre, de Pau Freixas y Pol Cortecans, y Marbella, creada por Dani de la Torre y Alberto Marini. Además, a través del servicio Flow, disponible en Argentina, Uruguay y Paraguay, se ofrecen series como Galgos, Querer y Segunda muerte.

En Europa, las producciones originales de Movistar Plus+ se distribuyen en operadores como RaiPlay (Italia), Walter Presents/Channel 4 (Reino Unido), Cinobo (Grecia), NOS Lusomundo (Portugal), My Movies One (Italia), LRT (Lituania) y TRT (Turquía).

Entre los títulos destacados se encuentran *Los años nuevos, Antidisturbios, Hierro, Marbella* y *La Mesías*.

El mercado asiático también se ha abierto a estas producciones mediante un acuerdo con LG en Corea del Sur, que ofrece en su servicio de streaming series como Antidisturbios, Apagón, Hierro, La Mesías y Sentimos las molestias.

Prensario Internacional

Movistar Plus+ International consolida su papel en la distribución de Originales de la plataforma con acuerdos en Europa, América y Asia



01-10-2025

La división de ventas internacionales de Movistar Plus+ ha presentado un resumen de sus logros más recientes en el marco de la quinta edición de Iberseries & Platino Industria. Además, Movistar Plus+ International ha cerrado importantes acuerdos de colaboración con ARTE France para las series 'Matar a un oso', 'Anatomía de un instante' y 'Los años nuevos'

Movistar Plus+ International, la división de distribución de la plataforma Movistar Plus+, ha presentado este martes 30 de septiembre, en el marco de la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, los diferentes acuerdos de ventas y coproducción que suponen un éxito en el viaje internacional de los títulos originales de ficción Movistar Plus+.

Movistar Plus+ International nació en 2022 con el objetivo de dinamizar la distribución internacional de todas las producciones originales de la plataforma, así como de lograr la firma de acuerdos de coproducción con socios internacionales relevantes que contribuyan a llevar a cabo

proyectos más ambiciosos, diseñados para alcanzar un público global que demanda historias con el sello de calidad español.

Acuerdo con ARTE France

El canal cultural europeo ARTE France se ha convertido en uno de los grandes socios de las series originales de ficción, al haber confirmado recientemente su participación en la serie 'Matar a un oso', en etapa de rodaje. Creada por los hermanos Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo, está protagonizada por Eduard Fernández, María Rodríguez Soto, Miki Esparbé, Pol López, Nora Navas y Àlex Monner. Ver más.

Además, ARTE France es un socio destacado en la producción de 'Anatomía de un instante', la nueva serie de Alberto Rodríguez que se estrena en España el próximo 20 de noviembre, protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández y Manolo Solo. Ver más.

ARTE France estrenará en noviembre 'Los años nuevos', de Rodrigo Sorogoyen, que se suma en su oferta a los títulos originales Movistar Plus+ 'La Mesías' y 'Querer', que han logrado un éxito de audiencia relevante.

Distribución en Latinoamérica

El prestigio de Disney+ acompaña a dos títulos originales Movistar Plus+ que se pueden ver en todos los territorios de Latinoamérica en los que opera el gigante mundial. La serie 'Los sin nombre', creada por Pau Freixas y Pol Cortecans, protagonizada por Miren Ibarguren, Rodrigo de la Serna y Milena Smit, se estrenó el pasado 10 de septiembre en virtud de un acuerdo concretado por Movistar Plus+ International con Gloriamundi Producciones. Ver más.

Además, Disney+ también ofrece la serie 'Marbella', creada por Dani de la Torre y Alberto Marini y protagonizada por Hugo Silva.

A través del servicio de TV y streaming Flow, presente en Argentina, Uruguay y Paraguay, sus clientes pueden ver las series originales Movistar Plus+ 'Galgos', 'Querer' y 'Segunda Muerte'.

Distribución en Europa

La vocación europea de Movistar Plus+ International se traduce en una amplitud de operadores, territorios y títulos entre los que destacan:

RaiPlay (Italia) - Ha estrenado con éxito destacado la serie de Rodrigo Sorogoyen 'Los años nuevos'.

Walter Presents (Reino Unido) - El servicio de streaming del prestigioso Channel 4 cuenta en su catálogo con las series 'Hierro' (dos temporadas), 'Marbella' y 'Segunda muerte'.

Cinobo (Grecia) - La plataforma de streaming de cine de alta calidad ofrece a sus clientes las series 'Antidisturbios', 'Apagón', 'La canción', 'Los años nuevos' y 'Querer'.

NOS Lusomundo (Portugal) - Ha adquirido los derechos de las series 'La Mesías', 'Los años nuevos', 'Marbella' y 'Querer'.

My Movies One (Italia) - El servicio referente del cine en streaming de Italia posee en su catálogo la serie 'La Mesías'.

LRT (Lituania) - El operador público del país báltico ha adquirido los derechos de la serie 'La Mesías'.

TRT (Turquía) - La Corporación Turca de Radio y Televisión ofrece las series 'Antidisturbios', 'Apagón', 'El Hijo Zurdo' y 'Hierro' (dos temporadas).

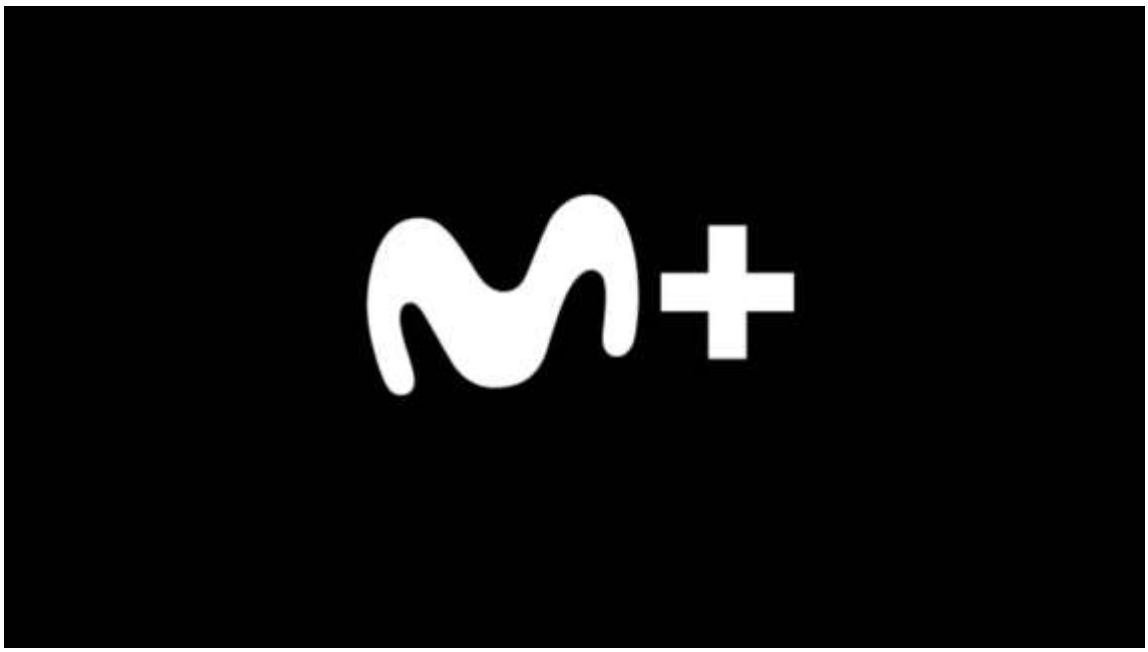
Distribución en Asia

El mercado asiático, históricamente poco permeable al audiovisual europeo, ha supuesto un reto importante que se ha superado con un acuerdo histórico alcanzado con LG, la compañía tecnológica líder también en distribución de contenidos.

LG (Corea del sur): El servicio de streaming cuenta ya en su catálogo con las series ‘Antidisturbios’, ‘Apagón’, ‘Bellas Artes’, ‘El Hijo Zurdo’, ‘Galgos’, ‘Hierro’ (dos temporadas), ‘La Mesías‘ y ‘Sentimos las Molestias’ (dos temporadas).

Movistar Plus+ International acelera su internacionalización con alianzas clave para sus series originales

La división de distribución de Movistar Plus+ presentó en Iberseries & Platino Industria 2025 sus últimos acuerdos de ventas y coproducción, que refuerzan la presencia global de la ficción española. Entre los socios destacan ARTE France, Disney+, RaiPlay o LG, que llevarán títulos como La Mesías, Matar a un oso o Los sin nombre a nuevos mercados de Europa, Latinoamérica y Asia



Movistar Plus+ International ha dado un importante paso con sus nuevas alianzas

Adrián Cámara Madrid Creada: 01.10.2025

Movistar Plus+ International ha aprovechado su presencia en la quinta edición de Iberseries & Platino Industria 2025 para reafirmar su estrategia global con nuevos acuerdos de distribución y coproducción que consolidan el recorrido internacional de sus series originales.

La división nació en 2022 con el objetivo de impulsar la venta y difusión de las producciones de Movistar Plus+ en mercados internacionales, además de fomentar coproducciones con socios estratégicos. En este marco, se han anunciado colaboraciones con plataformas y operadores de Europa, Latinoamérica y Asia, que confirman la creciente proyección de la ficción española.

Uno de los principales aliados es ARTE France, que participa en la coproducción de 'Matar a un oso', creada por los hermanos Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo, y en 'Anatomía de un instante', la serie de Alberto Rodríguez que llegará a España el 20 de noviembre. Además, el canal cultural europeo estrenará 'Los años nuevos' de

Rodrigo Sorogoyen, y ya cuenta en su catálogo con títulos de éxito como 'La Mesías' y 'Querer'.

En Latinoamérica, Movistar Plus+ ha cerrado un acuerdo con Disney+, que distribuye 'Los sin nombre' y 'Marbella' en todos los territorios de la región. A ello se suma la alianza con el servicio de televisión y streaming Flow, que ofrece producciones como 'Galgos', 'Querer' y 'Segunda muerte' en Argentina, Uruguay y Paraguay.

En Europa, la expansión incluye plataformas como RaiPlay en Italia, que estrenó con éxito 'Los años nuevos'; Walter Presents en Reino Unido, que ya ofrece 'Hierro', 'Marbella' y 'Segunda muerte'; Cinobo en Grecia, con títulos como 'Antidisturbios', 'Apagón' o 'La canción'; NOS Lusomundo en Portugal, que ha adquirido 'La Mesías' y 'Marbella'; además de operadores como My Movies One en Italia, LRT en Lituania y TRT en Turquía.

La gran novedad llega desde Asia, un mercado tradicionalmente complejo para el audiovisual europeo. Movistar Plus+ International ha cerrado un acuerdo histórico con LG en Corea del Sur, cuyo servicio de streaming ya ofrece series como 'Antidisturbios', 'Apagón', 'Bellas Artes', 'El hijo zurdo', 'Galgos', 'Hierro', 'La Mesías' y 'Sentimos las molestias'.

Con estos acuerdos, Movistar Plus+ International no solo amplía el alcance de sus producciones originales, sino que refuerza la imagen de la ficción española como un producto competitivo y de calidad en la escena internacional, abriendo el camino para proyectos cada vez más ambiciosos y globales.

TV Digital

Movistar Plus+ International consolida su papel en la distribución de Originales de la plataforma con acuerdos en Europa, América y Asia

1 de octubre de 2025



La división de ventas internacionales de Movistar Plus+ ha presentado un resumen de sus logros más recientes en el marco de la quinta edición de Iberseries & Platino Industria

Movistar Plus+ International, la división de distribución de la plataforma Movistar Plus+ , ha presentado este martes 30 de septiembre, en el marco de la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, los diferentes acuerdos de ventas y coproducción que suponen un éxito en el viaje internacional de los títulos originales de ficción Movistar Plus+.

Movistar Plus+ International nació en 2022 con el objetivo de dinamizar la distribución internacional de todas las producciones originales de la plataforma, así como de lograr la firma de acuerdos de coproducción con socios internacionales relevantes que contribuyan a llevar a cabo proyectos más ambiciosos, diseñados para alcanzar un público global que demanda historias con el sello de calidad español.

Acuerdo con ARTE France

El canal cultural europeo ARTE France se ha convertido en uno de los grandes socios de las series originales de ficción, al haber confirmado recientemente su participación en la serie Matar a un oso, en etapa de rodaje. Creada por los hermanos Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo, está protagonizada por Eduard Fernández, María Rodríguez Soto, Miki Esparbé, Pol López, Nora Navas y Àlex Monner.

Además, ARTE France es un socio destacado en la producción de Anatomía de un instante, la nueva serie de Alberto Rodríguez que se estrena en España el próximo 20 de noviembre, protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández y Manolo Solo. Ver más .

ARTE France estrenará en noviembre Los años nuevos, de Rodrigo Sorogoyen, que se suma en su oferta a los títulos originales Movistar Plus+ La Mesías y Querer, que han logrado un éxito de audiencia relevante.

Distribución en Latinoamérica

El prestigio de Disney+ acompaña a dos títulos originales Movistar Plus+ que se pueden ver en todos los territorios de Latinoamérica en los que opera el gigante mundial. La serie Los sin nombre, creada por Pau Freixas y Pol Cortecans, protagonizada por Miren Ibarguren, Rodrigo de la Serna y Milena Smit, se estrenó el pasado 10 de septiembre en virtud de un acuerdo concretado por Movistar Plus+ International con Gloriamundi Producciones.

Además, Disney+ también ofrece la serie Marbella , creada por Dani de la Torre y Alberto Marini y protagonizada por Hugo Silva.

A través del servicio de TV y streaming Flow , presente en Argentina, Uruguay y Paraguay, sus clientes pueden ver las series originales Movistar Plus+ Galgos, Querer y Segunda Muerte.

Distribución en Europa

La vocación europea de Movistar Plus+ Internacional se traduce en una amplitud de operadores, territorios y títulos entre los que destacan:

- RaiPlay (Italia) – Ha estrenado con éxito destacado la serie de Rodrigo Sorogoyen Los años nuevos.
- Walter Presents (Reino Unido) – El servicio de streaming del prestigioso Channel 4 cuenta en su catálogo con las series Hierro (dos temporadas), Marbella y Segunda muerte.
- Cinobo (Grecia) – La plataforma de streaming de cine de alta calidad ofrece a sus clientes las series Antidisturbios, Apagón, La canción, Los años nuevos y Querer.

- NOS Lusomundo (Portugal) – Ha adquirido los derechos de las series La Mesías, Los años nuevos, Marbella yQuerer.
- My Movies One (Italia) – El servicio referente del cine en streaming de Italia posee en su catálogo la serie La Mesías.
- LRT (Lituania) – El operador público del país báltico ha adquirido los derechos de la serie La Mesías.
- TRT (Turquía) – La Corporación Turca de Radio y Televisión ofrece las series Antidisturbios, Apagón, El Hijo Zurdo y Hierro (dos temporadas).

Distribución en Asia

El mercado asiático, históricamente europeo poco permeable al audiovisual, ha supuesto un reto importante que se ha superado con un acuerdo histórico alcanzado con LG, la compañía tecnológica líder también en distribución de contenidos.

- LG (Corea del sur): El servicio de streaming cuenta ya en su catálogo con las series Antidisturbios, 'Apagón, Bellas Artes, El Hijo Zurdo, Galgos, Hierro (dos temporadas), La Mesías y Sentimos las Molestias (dos temporadas).

TVLATINA

MOVISTAR PLUS+ INTERNATIONAL REALIZA BALANCE DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Elizabeth Bowen-Tombari 1 OCT 2025

En el marco de la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, Movistar Plus+ International presentó un resumen de sus logros más recientes, incluyendo acuerdos en América Latina, Europa y Asia.

El canal cultural europeo ARTE France se ha convertido en uno de los grandes socios de las series originales de ficción, al haber confirmado recientemente su participación en la serie *Matar a un oso*, en etapa de rodaje. Creada por los hermanos Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo, el título es protagonizado por Eduard Fernández, María Rodríguez Soto, Miki Esparbé, Pol López, Nora Navas y Àlex Monner.

Además, ARTE France es un socio destacado en la producción de *Anatomía de un instante*, la nueva serie de Alberto Rodríguez que se estrena en España el próximo 20 de noviembre, protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández y Manolo Solo.

ARTE France estrenará en noviembre *Los años nuevos* de Rodrigo Sorogoyen, que se suma en su oferta a los títulos originales Movistar Plus+ *La Mesías* y Querer.

En Latinoamérica, Movistar Plus+ International ha llevado la serie *Los sin nombre*, creada por Pau Freixas y Pol Cortecans, y protagonizada por Miren Ibarguren, Rodrigo de la Serna y Milena Smit, a Disney+, donde se estrenó el pasado 10 de septiembre en virtud de un acuerdo concretado por la distribuidora con Gloriamundi Producciones.

Además, Disney+ también ofrece la serie *Marbella*, creada por Dani de la Torre y Alberto Marini y protagonizada por Hugo Silva.

A través de Flow, presente en Argentina, Uruguay y Paraguay, sus clientes pueden ver las series originales Movistar Plus+ *Galgos*, *Querer* y *Segunda muerte*.

En Europa, RaiPlay (Italia) estrenó la serie de Rodrigo Sorogoyen *Los años nuevos*; Walter Presents (Reino Unido) cuenta en su catálogo dos temporadas de *Hierro*, además de *Marbella* y *Segunda muerte*; Cinobo (Grecia) ofrece a sus clientes las series *Antidisturbios*, *Apagón*, *La canción*, *Los años nuevos* y *Querer*; NOS Lusomundo (Portugal) adquirió los derechos de las series *La Mesías*, *Los años nuevos*, *Marbella* y *Querer*; My Movies One (Italia) posee en su catálogo la serie *La Mesías*; LRT (Lituania) ha adquirido los derechos de la serie *La Mesías*; y TRT (Turquía) ofrece las series *Antidisturbios*, *Apagón*, *El hijo zurdo* y dos temporada de *Hierro*.

En el mercado asiático, la compañía alcanzó un acuerdo histórico con LG, donde en Corea del Sur, el servicio de streaming cuenta ya en su catálogo con las series *Antidisturbios*, *Apagón*, Bellas artes, *El hijo zurdo*, *Galgos*, *Hierro* (dos temporadas), *La Mesías* y *Sentimos las molestias* (dos temporadas).

Operadores

Movistar quiere ser más conocido y empieza a vender sus series originales para llegar a más espectadores

Daniel Caballero | Publicado el 02 de octubre, 2025 · 07:05



Una de las series originales es 'Marbella'. Fuente: Movistar Plus+

Movistar Plus+ va a dar a conocer de forma internacional varios de sus títulos originales. Durante la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, el departamento audiovisual del operador azul presenta los diferentes logros recientes tras vender algunas de sus series originales en diferentes territorios del mundo.

Según la comunicación oficial presentada por Movistar Plus+, la teleco ha cerrado acuerdos para la distribución de más de una docena de sus títulos de ficción originales en Europa, América y Asia. Esto ha sido posible gracias a una serie de acuerdos para vender sus títulos originales y así expandir fuera de España las series de ficción que se pueden ver a través de su plataforma.

Fue en 2022 cuando surgió Movistar Plus+ International. Nació con el objetivo estratégico de incrementar la distribución de sus contenidos y posicionar la marca a nivel global. Además, ha logrado firmar acuerdos de coproducción con otras empresas internacionales para llevar a cabo proyectos «*más ambiciosos*«.

¿Qué series originales se pueden ver en otros países?

Hay más de un título propio de esta televisión que ya está disponible en otros territorios. Uno de los grandes socios de la operadora es el canal cultural europeo ARTE France. Por ejemplo, participaron en la serie 'Matar a un oso' (creada por los hermanos Jorge y Alberto Sánchez-Cabezudo) en la etapa de rodaje. Y también tiene un papel clave en la producción de 'Anatomía de un instante', la nueva serie de Alberto Rodríguez que se estrenará en España el próximo 20 de noviembre – protagonizada por Álvaro Morte, Eduard Fernández y Manolo Solo.

Como parte de esta sólida alianza, ARTE France ha confirmado el estreno de 'Los años nuevos', la última creación de Rodrigo Sorogoyen, para el próximo 12 de noviembre de 2025, sumándose a la oferta que ya estaba disponible: 'La Mesías', y 'Querer'.



Se expande con Disney+ en Latinoamérica

Otro de los diferentes éxitos que ha recalcado la televisión del operador es la colaboración con Disney+. Hasta dos de los títulos originales de Movistar Plus+ se pueden ver en todos los territorios de Latinoamérica en los que está disponible esta plataforma de streaming. Las producciones son:

- 'Los sin nombre', se estrenó el 10 de septiembre y está creada por Pau Freixas y Pol Cortecans, además de que está protagonizada por Miren Ibarguren, Rodrigo de la Serna y Milena Smit.
- 'Marbella', creada por Dani de la Torre y Alberto Marini y protagonizada por Hugo Silva.

Y, por otra parte, gracias a su acuerdo con el servicio Flow, en Argentina, Uruguay y Paraguay, los usuarios puede ver 'Galgos', 'Querer' y 'Segunda Muerte'.

¿En qué otros países tiene presencia Movistar Plus+?

Además de la expansión en diferentes territorios de Latinoamérica y a través del canal cultural ARTE France, Movistar Plus+ también se ha distribuido por otros países de Europa:

- RaiPlay (Italia) – 'Los años nuevos'.
- My Movies One (Italia) – 'La Mesías'.
- Walter Presents (Reino Unido) – 'Hierro' (dos temporadas), 'Marbella' y 'Segunda muerte'.
- Cinobo (Grecia) – 'Antidisturbios', 'Apagón', 'La canción', 'Los años nuevos' y 'Querer'.
- NOS Lusomundo (Portugal) – 'La Mesías', 'Los años nuevos', 'Marbella' y 'Querer'.
- LRT (Lituania) – 'La Mesías'.
- TRT (Turquía) – 'Antidisturbios', 'Apagón', 'El Hijo Zurdo' y 'Hierro' (dos temporadas).

Un hito destacado en esta estrategia de expansión ha sido la entrada en el competitivo mercado asiático. El acuerdo con LG para incluir ocho producciones originales en su servicio de streaming en Corea del Sur marca la primera incursión a gran escala de la plataforma en esta región. Y son: 'Antidisturbios', 'Apagón', 'Bellas Artes', 'El Hijo Zurdo', 'Galgos', 'Hierro' (dos temporadas), 'La Mesías' y 'Sentimos las Molestias' (dos temporadas). De esta manera, aumenta su presencia a nivel internacional, al dar a conocer en otros rincones del mundo las diferentes producciones originales que tiene en su catálogo de series.

PRODU | Especial **Iberseries & Platino Industria 2025**

Serás Farruquito de Capa España adquirida por Movistar Plus+

1 de octubre de 2025



Santi Aguado

Serás Farruquito, el nuevo documental de CAPA España – la marca de documentales de Grupo iZen- fue adquirida por Movistar Plus+ y ya se inicia su ronda de ventas internacionales, según explicó a PRODU el CEO, Santi Aguado.

La producción que explora la vida y el arte del aclamado bailaor flamenco Farruquito, contará con un recorrido en festivales y adelantó que los territorios internacionales "están todavía abiertos", con el equipo valorando activamente las opciones de distribución. La difusión global estará a cargo del grupo Zebra, que ha contratado a una directora de ventas internacional específica para el proyecto.



El CEO de CAPA España destacó el valor cultural y artístico de la obra, más allá de la biografía. "La película es una ventana al mundo flamenco, al pueblo gitano, y espero que la gente descubra a este gran artista y a toda su familia, porque son uno de los grandes representantes del arte flamenco en España y tienen renombre internacional porque actúan por todo el mundo."

Mirando al 2026, Santiago Aguado adelantó que la productora mantiene un ritmo de trabajo intenso en el ámbito documental. "Estamos ahora mismo acabando un documental True Crime para una gran plataforma que se va a estrenar en 2026. Y luego tenemos varios proyectos en desarrollo que esperamos que se materialicen el año que viene".

PRODU | Especial **Iberseries & Platino Industria 2025**



Iberseries Platino Industria

La producción española brilla en la segunda jornada de Iberseries & Platino Industria

01/10/2025 Eventos / Internacional Por **ttvnews**

Grandes grupos españoles presentaron sus últimas novedades en contenido en el segundo día del evento, que también dio lugar a keynotes, networking, y paneles sobre coproducción y tendencias de la industria audiovisual.

*Con producción de Fernando Moreno, desde Madrid

Continuó este miércoles 1 de octubre en Matadero Madrid la quinta edición de Iberseries & Platino Industria, el mayor encuentro profesional del audiovisual iberoamericano, que se celebrará hasta el viernes 3 de octubre.

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

Esta segunda jornada se centró en la visión creativa, la innovación y la coproducción de contenidos. Durante el día, Madrid se convirtió de nuevo en epicentro del audiovisual iberoamericano con sesiones privadas de networking, con ejecutivos de RTVE, México, Chile, Argentina, Italia, KOCCA (Corea) y Grupo iZen, además de desayunos sectoriales como el de OMMA sobre financiación.

La agenda dio espacio, además, a varios paneles y presentaciones, con keynotes de líderes como Kai Finke, de SkyShowtime; o John Altschuler, showrunner de Silicon Valley. Además, se ofrecieron debates sobre coproducción y distribución en Europa con Fremantle, RAI, Secuoya Content Group y Grupo iZen; y el panel sobre coproducción de ficción en europa, patrocinado por Madrid Film Office.

Se destacó también el Spotlight Atresmedia, sobre su estrategia de éxito en ficción y entretenimiento; y el panel de HBO Max para América Latina sobre adaptación de grandes IPs.

Desde el mercado internacional, se ofreció el Focus Italia y la presentación de ocho producciones coreanas en Series on Board.

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

El evento continúa mañana 2 de octubre con una jornada centrada en talentos, showrunners, financiación, y el papel de la inteligencia artificial en el sector audiovisual.



Atresmedia, Iberseries Platino Industria

En 2026 llegará a Atresmedia El 1%, nueva temporada de Mask Singer, Tu cara me suena y La Voz Kids. También estrenarán, 99 para ganar, que es un formato que ha viajado mucho internacionalmente.

En el marco de Iberseries & Platino Industria 2025, Carmen Ferreiro, directora de Programas de Entretenimiento de Atresmedia, compartió la estrategia del grupo para consolidar su liderazgo en el mercado televisivo, basada en el fortalecimiento de sus grandes marcas y la incorporación de nuevos formatos internacionales.

«Tenemos muchas novedades para el 2026, vamos a lanzar El 1%, que es una de las grandes marcas internacionales, uno de los programas más vistos de la temporada anterior. Vamos a tener nueva temporada de Mask Singer, Tu cara me suena y La Voz Kids».

«La estrategia para consolidar el liderazgo que tenemos, no solo en entretenimiento sino también en ficción e información, es construir contenido de calidad, confiable y que sea apto para el consumo familiar», explicó Ferreiro.

En esa línea, la ejecutiva destacó la relevancia de mantener y renovar los formatos insignia de la compañía: La Voz, Mask Singer, Pasapalabra y Tu cara me suena, entre otros.

«Es importante mantener y mejorar temporada tras temporada todas las grandes marcas que tenemos, introduciendo cambios en la mecánica de los juegos y en sus anfitriones para seguir innovando».

«Luego vamos a estrenar un nuevo formato, 99 para ganar, que es un formato que ha viajado mucho internacionalmente y del que estamos especialmente satisfechos. Y otro formato que aún no anunciamos del género reality que nos va a dar muchas alegrías», destacó Ferreiro.

La ejecutiva también resaltó la importancia de la cita madrileña para el posicionamiento internacional de la compañía: «Para nosotros es muy importante participar en Iberseries & Platino Industria, porque es una ventana muy importante para todo el mercado latinoamericano, donde estamos encantadísimos de tener todo tipo de sinergias».

Con una combinación de formatos consolidados y nuevas apuestas, Atresmedia reafirma su objetivo de liderar la televisión de entretenimiento en España y expandir su influencia en el mercado internacional.

Sony Music y Buendía desarrollan serie, película y docuserie sobre Rocío Dúrcal



El anuncio fue realizado durante un panel en Iberseries & Platino Industria

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA: Buendía Estudios y Sony Music Vision México están desarrollando tres proyectos en torno a la figura de la cantante española Rocío Dúrcal.

Se trata de una serie de ficción, una docuserie y una película que "se encuentran en una fase temprana de desarrollo" y que explorarán la vida de la cantante española, reconocida tanto en España como en América Latina.

El anuncio se realizó este miércoles en el marco de Iberseries & Platino Industria, donde ambas compañías compartieron un panel en el que revelaron su alianza.

"En Buendía estamos muy satisfechos e ilusionados. Es un proyecto que llevamos años tratando de sacar adelante", comentó Ignacio Corrales, director general de Buendía Estudios.

“Llevamos tiempo estudiando historias y marcas que el mercado necesitaba conocer. Rocío Dúrcal siempre estuvo entre nuestras primeras opciones, pero solo podía hacerse realidad con un compañero como Sony Music”, agregó.

Corrales avanzó que los proyectos buscan mostrar a Dúrcal tanto como cantante, como esposa y madre y valoró que se trata de una historia “muy de México, muy de España y muy del mundo”, con un gran “alcance y notoriedad” gracias al material del que parte.

Sergi Reitg, vicepresidente regional de Sony Music Vision Latin-Iberia, destacó la relevancia cultural de Rocío Dúrcal casi 20 años después de su fallecimiento: “Si os vais a TikTok y buscáis su nombre, veréis la cantidad de contenidos que hay generados con su música”.

El directivo señaló que hay 22 millones de contenidos con las canciones de la artista y resaltó, además, que la mitad de estos son de usuarios de las generaciones millennial y zeta, considerando que el público joven también tiene interés por su legado.

“Tiene un impacto sorprendentemente actual, a pesar de que hace tanto tiempo que no está entre nosotros”, concluyó Reitg, apuntando que los mercados donde se concentra el consumo de contenido de Dúrcal son Estados Unidos, México, Colombia y España.

Estos proyectos contarán con acceso a todo el archivo musical y audiovisual de la cantante, incluyendo canciones, actuaciones y grabaciones históricas.

Además, la familia de Rocío Dúrcal está implicada en estos proyectos, colaborando con el equipo creativo y aportando material personal e inédito para ofrecer una visión íntima de la artista.

Álvaro Onieva

01-10-2025

©cveintiuno

VARIETY

Oct 1, 2025 6:27am PT

Secuoya Studios Highlights Global Expansion, Presents Partners From Iceland, France, U.K., U.S. at Iberseries & Platino Industria

By **Anna Marie de la Fuente**



Secuoya Studios Hosts Panel on Global Expansion

In one of the packed events at Madrid's 5th Iberseries & Platino Industria, Secuoya Studios brought out its latest international partners to discuss its global expansion plans and the perks of its pod business model.

Secuoya CEO Brendan Fitzgerald led the panel comprising Chiara Cardoso (BlackBox Multimedia, UK), Sydney Gallonde (Make it Happen Studios, France), Jónas Margeir (Act4, Iceland) and Chris Moukarbel (Permanent Wave Productions, USA).

Each partner shared his or her views on collaborating with the studio and the potential of this model to boost local projects across the international marketplace.

“Iceland is a country of 390,000 people. That’s very small, we’re all kind of related, and we’re all friends on Instagram,” quipped Iceland’s Jonas Margeir of Act4, adding: “This has been called the age of co-production, where you have to work across borders to get things going but that’s been our reality always. So, when we were approached by Secuoya, it was an absolute joy because we believe that Secuoya stands for quality

For Blackbox’s Cardoso, the company has always focused on seeking the best co-production partners, she stressed. “When the opportunity to collaborate with Secuoya came up, it was the first time we felt we had a partner that not only offers creative collaboration, but also financing and production. It was a dream,” she said.

Cardoso explained that thanks to this approach, two projects are set to launch in 2025 with the potential to travel and connect with international audiences. “The team understands your needs, provides contracts, talent, and scripts that can work in the best possible way,” she said, extolling the creative inventiveness that makes it possible to recreate British landscapes in northern Spain or the Canary Islands.

Documentarian Moukarbel of Permanent Wave Productions, stressed that the line between documentary and fictional narrative has become increasingly blurred: “Documentaries have become more cinematic, with production values comparable to fiction. Collaborating with a partner who has credentials in that space makes a lot of sense,” he pointed out. The filmmaker emphasized that people are all documenting their lives and that the internet has become the epicenter of storytelling: “20 or 30 years ago, the only way to access someone’s life was through a documentary. That’s why there’s now a drive to give documentaries a cinematic treatment — to differentiate them and elevate their narrative level,” he said.

Asked what aspects of a project would most appeal to them, Cardoso replied that the emotional core of a story was key. Margeir cited the appeal of the multi Emmy-winning “Adolescence” on Netflix as an example of a simple story that was told differently, that surprised him.

“I want you to be ready to die for your project. That’s the only thing that I want,” said Gallonde of Make it Happen Studio, who sees the partnership with Secuoya as a qualitative leap in his way of producing: “Thanks to Secuoya, I’m not alone — now I’m part of a business with talent. That allows me to showcase what we’ve done and what we’re going to do, but also to move faster, close bigger deals and take on more ambitious projects.” Gallonde, who has worked on both French and international adaptations, argued that the strength of a project lies in its roots.

Based in Madrid with a strong international footprint, including operations in Mexico, Colombia, Peru, Chile and the U.S., Secuoya Studios is expanding globally through its innovative pod-based model. These creative and production pods allow the studio to quickly and efficiently develop, adapt and deliver content across multiple markets.

In early business news at Iberseries & Platino Industria, Munich-based Beta Film unveiled that it will handling international distribution on Secuoya Studios' "Under a Volcano" and "Road to Arcadia," both starring William Levy, and part of a two title three-way deal between Secuoya, William Levy Entertainment and ViX, the streaming service of TelevisaUnivision.

SkyShowtime se alía con Secuoya para nueva serie en España, donde prevé dar luz verde a dos o tres proyectos al año



Kai Finke (izquierda) este miércoles en Madrid

IBERSERIES & PLATINO INDUSTRIA: SkyShowtime ha vuelto a aliarse con Secuoya Studios para su nueva serie original española, un thriller titulado 'El homenaje'.

El proyecto se reveló este miércoles en Iberseries & Platino Industria, donde el chief content officer de la plataforma, Kai Finke, mostró las primeras imágenes de la serie, ya rodada y cuyo estreno está previsto para 2026.

'El homenaje' supone una nueva colaboración entre ambas compañías tras las series 'Matices' y la próxima a estrenar 'Camino a Arcadia'. Y la nueva serie vuelve a reunir al equipo de 'Matices', no solo a sus productoras Secuoya Studios y Stellarmedia, sino a buena parte del talento delante de cámaras, entre ellos Elsa Pataky, Eusebio Poncela, Juana Acosta y Luis Tosar.

Lejos de ser un caso aislado, se trata de una estrategia que SkyShowtime busca implementar.

“Buscamos shows en España que tengan capacidad de volver, ya sea con más temporadas o a través de sus equipos creativos”, explicó Finke aquí en Madrid.

‘El homenaje’ está escrita y dirigida por Sergio Cánovas, también productor ejecutivo junto a Elsa Pataky. En ocho episodios, la serie sigue al patriarca de una poderosa familia, cuya celebración de 80 años desvela secretos, traiciones y deseos de venganza, culminando en una revelación inesperada.

La serie se verá como un original de SkyShowtime y tendrá además una segunda ventana en Prime Video. Finke dejó claro que es un buen ejemplo de la flexibilidad de modelos con la que afrontan los proyectos.

“Podemos comisionar shows originales y financiarlos, pero también hacemos acuerdos de coproducción. En Nueva Zelanda y Polonia estamos coproduciendo con televisiones públicas, por ejemplo. Aquí en España somos muy flexibles con los modelos, así que si eres un productor, puedes acercarte a nosotros”, afirmó.

El equipo de contenido en España está liderado por Juan Mayne, y prevé dar luz verde a entre dos y tres proyectos locales al año. La búsqueda pasa por historias capaces de conectar con una audiencia amplia pero con elementos diferenciales. “*Mainstream with an edge*”, en palabras de Finke.

“Lo defino como contenido global con toques locales. Los toques locales son los que hacen a un show conectar con su audiencia, y lo que nos hace ser europeos”.

Finke se refirió a España como “el mercado más significativo” en términos de alcance para SkyShowtime, que desde su lanzamiento en 2022 opera en 22 países europeos.

“España un mercado realmente importante para nosotros. Hay un gran apetito por el entretenimiento. Es absolutamente clave”.

Al preguntarle sobre el impacto que tendrá la compra por parte de Skydance de Paramount, dueña del 50% de SkyShowtime junto con Comcast, el ejecutivo prefirió evitar especulaciones y mostró optimismo.

“La realidad es que todavía estamos en las primeras etapas y los ajustes que se vayan a hacer realmente no se han concretado. Seguimos apostando por esta aventura. Hay personas realmente excelentes en nuestro árbol familiar, de ambos lados. Estamos muy entusiasmados por lo que viene”.

Pina Mezzera

01-10-2025

©cveintiuno

The Hollywood Reporter

TV NEWS

SkyShowtime Unveils Spanish Original Thriller Series 'The Tribute,' Launches Teaser

Kai Finke, chief content officer of the European streaming joint venture between Paramount and Comcast, shared the news at Iberseries & Platino Industria in Madrid.

By Georg Szalai October 1, 2025 1:30am



'The Tribute' ('El Homenaje'), working title Courtesy of SkyShowtime

SkyShowtime, the European streaming joint venture of Paramount and Comcast that is available in more than 20 markets, is ready for *The Tribute* (*El Homenaje*). That is the working title of a brand-new Spanish original thriller series launching in 2026, as unveiled by chief content officer Kai Finke during a keynote session during the fifth edition of Iberseries & Platino Industria on Wednesday.

From the creative minds behind SkyShowtime original *Shades* (*Matices*), the series, which has already completed filming, "tells a completely new story full of mysteries and secrets," the streamer said.

The series was written and directed by Sergio Cánovas, who also served as executive producer along with Elsa Pataky.

The eight-episode thriller from Secuoya Studios in co-production with Stellarmedia and in collaboration with SkyShowtime and Prime Video, which has second-window rights to the show, features a cast that includes some of the original stars of *Shades*, which premiered earlier this year on SkyShowtime. Eusebio Poncela, Miriam Giovanelli, Juana Acosta, Enrique Arce, Raúl Prieto, Luis Tosar, Luisa Mayol, and Pataky return to play new characters in the new story. They are joined by such new talent as Manu Ríos, Álvaro Rico, Ángela Molina, Óscar de la Fuente, and Georgina Amorós, among others.

The Tribute tells "the story of Adolfo Novak (Poncela), patriarch of one of the most powerful families in the country, who gathers his family and close friends to celebrate his 80th birthday," according to a synopsis. "Behind the toasts and smiles lie decades of secrets, betrayals, blind loyalties and a strong desire for revenge. The evening will end up blowing up and revealing a truth that, when it finally comes to light, will be much more unexpected and surprising than any previous suspicion."

Said Finke: "We're excited to continue our partnership with Secuoya Studios and collaborate again with the brilliant team and talent behind *Shades* (*Matices*). With its magnificent cast and gripping storyline, *The Tribute* (*El Homenaje*) is a truly incredible project, and we look forward to premiering this suspenseful and intriguing show next year on SkyShowtime."

Sergio Cánovas, creator, director and executive producer, promised a "story that will surprise the audience," calling the new series a "thriller where betrayal and revenge will erupt in a turbulent family story."

Brendan Fitzgerald, CEO of Secuoya Studios, said the show would "reaffirm the commitment of Secuoya Studios to producing bold, high-impact stories that connect with audiences." And he described it as a "family thriller full of secrets and revelations."

The Tribute is one of SkyShowtime's growing slate of Spanish originals, which include true-crime documentary series *A Recipe for Murder*, the psychological thriller *Shades* (*Matices*), and the upcoming series *Nails* and *Road to Arcadia*.

Watch a teaser for *The Tribute*, also unveiled on Wednesday, below. It features a toast to the family, a mention of memoirs, "that other family" and a whole lot of emotions, including passion, anger, and fear.



SkyShowtime

Este nuevo thriller es producido por Secuoya Studios y Stellarmedia, en asociación con SkyShowtime y Prime Video.

SkyShowtime anunció *El Homenaje* (w/t), una nueva producción original española que se estrenará en 2026 y cuyo rodaje ya ha finalizado. De las mentes creativas detrás de *Matices* (la serie original de SkyShowtime), la serie narra una historia completamente nueva llena de misterios y secretos.

El thriller de ocho episodios cuenta con un elenco estelar que incluye a algunas de las estrellas originales de *Matices* (la serie que se estrenó a principios de este año en SkyShowtime); Eusebio Poncela, Miriam Giovanelli, Juana Acosta, Enrique Arce, Raúl Prieto, Luis Tosar, Luisa Mayol y Elsa Pataky regresan para interpretar nuevos personajes en una nueva historia. A ellos se suman nuevos talentos como Manu Ríos, Álvaro Rico, Ángela Molina, Óscar de la Fuente y Georgina Amorós, entre otros.

El Homenaje cuenta la historia de Adolfo Novak (Eusebio Poncela), patriarca de una de las familias más poderosas del país, quien reúne a su familia y amigos cercanos para celebrar su 80 cumpleaños. Tras los brindis y las sonrisas se esconden décadas de secretos, traiciones, lealtades ciegas y un fuerte deseo de venganza. La velada acabará estallando y revelando una verdad que, cuando finalmente salga a la luz, será mucho más inesperada y sorprendente que cualquier sospecha previa.

El Homenaje es una producción de Secuoya Studios y Stellarmedia en asociación con SkyShowtime y Prime Video. La serie está escrita y dirigida por Sergio Cánovas, quien también es productor ejecutivo junto con Elsa Pataky.

Kai Finke, Director de Contenido de SkyShowtime, declaró: «Nos entusiasma continuar nuestra colaboración con Secuoya Studios y colaborar de nuevo con el brillante equipo y el talento detrás de *Matices.* Con su magnífico elenco y su cautivadora trama, *El Homenaje* es un proyecto realmente increíble, y esperamos estrenar esta serie llena de suspenso e intrigante el próximo año en SkyShowtime».

Sergio Cánovas, creador, director y productor ejecutivo de *El Homenaje,* comentó: «Estoy encantado de volver a trabajar con el maravilloso elenco de *Matices* en una nueva historia que sorprenderá a la audiencia. *El Homenaje* es un nuevo thriller donde la traición y la venganza irrumpirán en una turbulenta historia familiar».

Brendan Fitzgerald, director ejecutivo de Secuoya Studios, declaró: «Con *El Homenaje,* reafirmamos el compromiso de Secuoya Studios de producir historias audaces e impactantes que conecten con el público. Esta coproducción con Stellarmedia, en colaboración con SkyShowtime y Prime Video, nos permite trabajar con un equipo creativo y artístico excepcional para dar vida a un thriller familiar lleno de secretos y revelaciones».

El Homenaje es solo una de las crecientes producciones originales españolas de SkyShowtime, que incluyen la serie documental sobre crímenes reales *A Recipe for Murder*, el thriller psicológico *Matices,* y las próximas series *Nails* y *Arcadia.*



HBO Max

HBO Max anuncia el estreno de la serie documental española “Expediente Vallecas”

01/10/2025 Streaming / España Por ttvnews

La serie documental original es producida por Buendía Estudios para HBO Max. Los tres episodios llegarán a la plataforma el próximo 7 de noviembre.

HBO Max anunció que el próximo 7 de noviembre estrenará la serie documental Expediente Vallecas, una producción española que combina archivo inédito con testimonios clave y una atmósfera de terror real, para mostrar el drama humano detrás del mito, que explora el caso poltergeist más famoso y mediático de España.

35 años después de la muerte de Estefanía Gutiérrez Lázaro, la joven de 17 años que falleció en extrañas circunstancias en su domicilio familiar de Vallecas (Madrid). HBO Max reabre el Expediente Vallecas para investigar lo que ocurrió realmente a partir de los testimonios de su familia y de las personas que mejor conocen el caso.

A partir de la investigación de expertos en el caso y de los testimonios de la familia Gutiérrez Lázaro, la serie explora a lo largo de tres entregas de casi una hora los límites entre la parapsicología y el fenómeno poltergeist y el poder de la sugestión, el miedo y la manipulación psicológica.

Además, ofrece un retrato de la España de la época mostrando el papel que las autoridades, los medios y la sociedad desempeñaron en el caso de poltergeist más mediático de la historia de España, que sirvió como tema de entretenimiento de masas a costa del sufrimiento de una familia.

Expediente Vallecas es una serie documental original producida por Buendía Estudios para HBO Max. Está dirigida por Noemí Redondo y creada por Irene del Cerro y Jorge Pérez Vega, quienes también se encargan de la producción ejecutiva por parte de Buendía Estudios. Zaida Serrano-Piedecasas y María Rubio son las productoras por parte de HBO Max.

Sinopsis

Expediente Vallecas explora el caso poltergeist más famoso y mediático de España. Tras la inexplicable muerte de una joven de 17 años, lo que parecía un fenómeno paranormal se convierte en una pesadilla que destroza a los Gutiérrez Lázaro.

Treinta años después, la familia revive los hechos y desvela el terror, la manipulación y el trauma que vivieron. Esta serie documental reconstruye una historia real donde lo paranormal y lo psicológico se entrelazan.



RTVE, Iberseries Platino Industria

Con La Frontera y Sin Gluten, RTVE refuerza su apuesta por una oferta de ficción variada y de calidad, apostando tanto por el drama histórico como por la comedia más atrevida.

En el marco de Iberseries & Platino Industria 2025, José Pastor, director de Cine y Ficción de RTVE, compartió las próximas apuestas de la corporación pública española: La Frontera y Sin Gluten, dos propuestas muy distintas que buscan ampliar la diversidad de su oferta.

Sobre *La Frontera*, Pastor destacó la relevancia de su trasfondo histórico y la ambición de producción detrás de la serie: «Siempre nos ha parecido muy interesante el contexto histórico y eso permite que sea una historia que viaja mucho. Hay una continua persecución que nunca los lleva a repetir sitios y eso le da mucho dinamismo a la serie. Además, creemos que hay grandes esfuerzos de producción en representar esa época de los años 80».

Por otro lado, *Sin Gluten* se desmarca con un tono irreverente. «Es una comedia con un perfil un poco gamberro, atrevida, llevada al límite, sobre un descenso a los infiernos y el posterior resurgimiento que puede haber. Pero todo en tono de comedia, con un tema bastante atrevido. Creemos también que es importante tener comedia en la oferta».

Incentivos fiscales y nuevos modelos de producción

Pastor también se refirió al impacto de los incentivos fiscales en la industria española, que han transformado los esquemas de producción y contratación: «El incentivo fiscal a nosotros lo que nos ayuda es a tener una fuente adicional de financiación y no tener que pagar el 100% del proyecto, lo cual permite que el productor tenga un porcentaje del IP. Es bueno para todos».

Para aprovechar estos beneficios, RTVE debió replantear su modelo de contratación, alejándose de la compra amplia de derechos: «Eso permite que el incentivo sea una gran ventaja, porque al final consigues un mejor valor de producción o un ahorro en tu presupuesto».

Iberseries, un espacio estratégico de encuentro

Finalmente, Pastor resaltó el valor de la cita madrileña como plataforma de negocios y colaboración internacional: «Para nosotros Iberseries & Platino Industria es muy importante, porque tienes la oportunidad de vender tu lata y, a nivel comercial y de ventas internacionales, es un muy buen punto de encuentro. Por otro lado, están las posibilidades y la apertura que hay para colaboraciones, en términos de coproducción tanto de series como de cine».

Con *La Frontera* y *Sin Gluten*, RTVE refuerza su apuesta por una oferta de ficción variada y de calidad, apostando tanto por el drama histórico como por la comedia más atrevida, mientras continúa consolidando su presencia en el ecosistema audiovisual internacional.

LA VANGUARDIA

Sociedad

MARC MURTRA

Murtra: Telefónica “no tiene sobre la mesa” invertir en televisión privada en abierto

Madrid, 1 oct (EFE).- El presidente de Telefónica, Marc Murtra, ha afirmado que el operador “no tiene nada específico sobre la mesa” en alusión a la posibilidad de invertir en la televisión en abierto, en un contexto en el que se está a la espera de que el Gobierno subaste un nuevo canal.

En un desayuno organizado en el Ateneo, Marc Murtra ha sido preguntado este miércoles sobre los “rumores” que apuntan a esa dirección y ha dicho que el operador “no tiene nada específico sobre la mesa” en este sentido dentro de su nueva estrategia, que presentará el 4 de noviembre al mercado.

Se mantiene la incógnita sobre qué empresa concurrirá a la subasta de TV en abierto después de que a primeros de año el Consejo de Administración de Prisa rechazara pujar en el concurso que se celebrará cuando salga la licitación..

Murtra ha sido preguntado también por Movistar +, la televisión de Telefónica sobre la que ha hecho “muy buen trabajo”, en un contexto en el que en los últimos tres años, según ha dicho, “ha crecido el consumo de producto local”.

El presidente de Telefónica no ha querido desvelar detalles sobre el nuevo plan estratégico, en cuya confección ha participado el consejo de administración de la compañía, pero que está pendiente de aprobarse. EFE

EMPRESAS

El Gobierno respalda la estrategia de Telefónica de fusiones en 'telecos'

Ignacio del Castillo. Madrid

El Gobierno de Pedro Sánchez se alinea con el diagnóstico y la estrategia expresada por Marc Murtra, el presidente de Telefónica, acerca de que la regulación europea ha estado en los últimos años demasiado sesgada hacia la promoción de la competencia para bajar precios –en todos los sectores en general y en las *telecos* especialmente– y que ahora es necesario un cambio en las normas europeas de cara a una mayor consolidación del mercado español y europeo para lograr operadoras con mayor escala para poder invertir.



Efe

Marc Murtra, presidente de Telefónica.



Antonio Hernando, secretario de Estado de Telecomunicaciones.

El tamaño importa

Antonio Hernando, secretario de Estado de Telecomunicaciones, que participó ayer en un acto organizado por UGT, señaló que entre los desafíos futuros de las *telecos* en Europa "está el tamaño. En este sector, el tamaño sí importa para competir. Se han hecho grandes inversiones y eso hay que rentabilizarlo. Si queremos competir, tenemos que ganar en robustez" por parte de las empresas, señaló Hernando.

El secretario de Estado consideró, además, que tanto en la UE como por parte de los reguladores nacionales "se ha insistido demasiado en la competencia, olvidándose de otros aspectos que tienen que ser tenidos en cuenta en España y especialmente en la Unión Europea".

Para Hernando, "en 'telecos' el tamaño importa, para competir hay que ganar en robustez"

Hernando también consideró entre los desafíos, factores como la competencia de los sistemas satelitales de baja órbita, como Starlink, la constelación promovida por Elon Musk.

Las cuatro 'telecos'

La conferencia de UGT contó, también, con la participación de los CEO de las cuatro *telecos* principales: Borja Ochoa, de Telefónica España; Meinrad Spenger, de Masorange; José Miguel García, de Vodafone, y Marius Varzaru, de Digi.

Los directivos coincidieron y respaldaron los argumentos de Hernando y antes de él, de los responsables de UGT, acerca de la necesidad de la consolidación. Ochoa puso de manifiesto lo atrasadas que han quedado las compañías europeas en tecnologías críticas, aunque apuntó la esperanza de que se están poniendo las bases para crecer en segmentos como el de *edge computing*, que acerca la nube a los territorios, reduciendo la latencia; en la inteligencia artificial, con las gigafactorías (en la propuesta española participan Telefónica y Masorange) y en la computación cuántica.

Murtra: "En IA, Europa está regulando la nada"

El presidente de Telefónica, Marc Murtra, considera que Europa debe trazar una hoja de ruta sólida para ser relevante en la inteligencia artificial (IA) dado que, a su juicio, mientras en Europa se regula esta tecnología, en países como Estados Unidos o China se realizan "inversiones astronómicas". "En Europa tenemos una tendencia a primero regular y luego crear la tecnología (...) Sucede con la IA, la hemos regulado, muy ética, nos sentimos muy orgullosos de esa regulación, pero estamos regulando la nada porque no hay inteligencia artificial (...). La regulación es muy importante, pero más importante es la tecnología", subrayó ayer Murtra durante su participación en 'Los Desayunos del Ateneo' en Madrid.

El directivo volvió a defender la necesidad de un proceso de consolidación en las 'telecos' en Europa para que haya "titanes tecnológicos" que puedan competir con las grandes corporaciones de EEUU o China. Por otra parte, la filial germana O2, pretende apostar por el crecimiento en el mercado de Empresas (Business to Business o B2B), que es el que tiene la menor cuota de mercado, con un 10%, frente al 20% de Vodafone y el 70% de Deutsche Telekom. Los planes pasan por crecer especialmente en el negocio de IT (cloud, ciber, IoT, big data, etc) con soluciones basadas en 5G, inteligencia artificial e infraestructuras de red seguras.

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 50
AVE: 32595 €
ÁREA: 310 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 63713
OTS: 361000
SECCIÓN: ECONOMIA

2 Octubre, 2025



Murtra pide titanes tecnológicos europeos para evitar "regular la nada"

El presidente de Telefónica confirma que su prioridad son las fusiones locales

PILAR BLÁZQUEZ
Madrid

El presidente de Telefónica, Marc Murtra, reiteró ayer la necesidad que tiene Europa de permitir la creación de empresas tecnológicas de mayor tamaño para poder competir con los gigantes internacionales de los que ahora dependen sus comunicaciones. En concreto, Murtra reclamó la necesidad de crear "titanes tecnológicos europeos" que permitan "crecer a las actuales empresas de telecomunicaciones y ganar capacidad de invertir en tecnología europea, empezando por la ciberseguridad", durante su intervención en un desayuno organizado por un grupo de periodistas en el Ateneo de Madrid.

Durante una distendida charla, Murtra se mostró incisivo en la idea que lleva esgrimiendo desde su llegada a la presidencia de Telefónica el pasado mes de enero, pero muy esquivo respecto a los temas más candentes relativos a la compañía, como la posible adquisición de Vodafone, las líneas maestras de la compañía para el plan estratégico que dará a conocer el próximo 4 de noviembre o posibles incrementos de la participación del Estado en Telefónica. "No puedo comentar", fue una de las frases más repetidas por el directivo. Pese a ello, deslizó ligeras pistas respecto a todos esos temas.

En lo que respecta a la política europea, Murtra reclamó practicidad y eficiencia. "Si nos fijamos en todas las tecnologías que han transformado nuestras vidas en los últimos 50 años, todas son estadounidenses o chinas", advirtió para señalar la dependencia tecnológica que esto supone y que se debe a que las empresas europeas han visto recortada durante años su capacidad de ingresos por una elevada competencia, lo que ha derivado en una menor capacidad de innovación.



DANI DUCH

Marc Murtra, presidente de Telefónica, ayer en el Ateneo de Madrid

"Nuestra voluntad es crecer primero en mercados locales antes de abordar fusiones intraeuropeas"

Con la IA, aseguró Murtra, se va por el mismo camino. "Europa lleva desde el 2018 regulando el uso de datos y la IA. Mientras, EE.UU. y China están creando IA. Hay que regular la tecnología, sí, pero hay que crearla primero", apuntó.

En cuanto a los proyectos de la propia Telefónica para ganar el tamaño necesario que le permita invertir en la nueva tecnología, aunque evitó detalles, sí dejó muy claro que la "voluntad de Telefónica es crecer primero en mercados locales antes de abordar fusiones intraeuropeas".

El directivo puso como ejemplo de lo que no hay que hacer a Vodafone. Una compañía británica que apostó hace años por crecer de forma generalizada en todos los mercados europeos al mismo tiempo y que se ha visto obligada a retroceder y vender sus negocios en algunos de los mercados más complicados, como ocurrió en España.

En cuanto a la participación del Estado en Telefónica, cuestionada desde diversos ámbitos, Murtra la defendió asegurando que está dentro del modelo europeo y apuntó: "Telefónica se siente muy cómoda con su actual accionariado y se sentirá también cómoda con cualquier otro que pueda venir".

Defiende la presencia del Estado en la compañía y la sitúa como una práctica habitual en Europa

El directivo descartó que sea necesaria una mayor participación del Estado en las empresas ni más dinero público para alcanzar el objetivo de que Europa avance en su autonomía tecnológica.

"Las empresas privadas podemos desarrollar la tecnología necesaria para ello si nos dejan ganar el volumen suficiente. Las sinergias de esas fusiones nos daría el músculo financiero que se necesita", apuntó.●

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,10
AVE: 7658 €
ÁREA: 299 CM² - 53%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 7386
OTS: 50000
SECCIÓN: PORTADA

2 Octubre, 2025



Telefónica Alemania apuesta por las empresas y la fibra para ganar peso en el grupo

La operadora quiere crecer en conectividad para compañías

La firma llega con su 5G al 98% de la población

SANTIAGO MILLÁN
MADRID

Telefónica Alemania quiere ganar peso en el grupo. Y armas tiene para ello. Entre sus grandes vectores de crecimiento destacan el negocio de empresas y la fibra óptica. La división germana ha crecido en los últimos años por encima de la media del grupo, y ya aporta un 22% de los ingresos totales de la corporación. Alemania, la primera economía europea y el mayor mercado de *telecos* del Viejo Continente, con un volumen de negocio de 60.000 millones de euros, es un país esencial para Telefónica. Además, por su condición de facturación en euros, no está sometido a los vaivenes de las divisas. El mercado sigue atento cualquier movimiento de la operadora, a la espera de conocerse el nuevo plan estratégico de Telefónica, que será presentado por su presidente, Marc Murtra, el próximo 4 de noviembre.

La división alemana quiere reforzar la apuesta por el citado negocio de empresas, donde, según las estimaciones del mercado, tiene una cuota del 10%, frente al 70% de Deutsche Telekom y su filial T-Systems, y el 20% de Vodafone, posición que otorga a Telefónica un amplio margen de crecimiento. La compañía ya se ha movido en esa dirección. A principios de este año, Telefónica Deutschland integró su división de tecnología con la unidad de empresas (O2 Business) y, en este periodo, ya ha captado nuevos clientes empresariales de relevancia como Ekom21, el mayor proveedor municipal de servicios informáticos de Hesse, y Deichmann, la mayor cadena minorista de calzado de Europa, para la expansión de la conectividad digital de su sede y sus 1.300 tiendas en Alemania.



El presidente de Telefónica, Marc Murtra, durante su participación ayer en Los Desayunos del Ateneo, en Madrid. EFE

En este sentido, O2 Telefónica planea crecer en el ámbito de la conectividad para empresas, con soluciones basadas en 5G, inteligencia artificial (IA) e infraestructuras de red seguras. El objetivo es ayudar a las empresas a avanzar en su digitalización de forma más rápida. "Con esta combinación de reorganización estratégica, resultados tangibles y proyectos concretos con clientes, reafirmamos nuestra posición como un socio confiable para la digitalización de empresas y Gobierno", afirma Mallik Rao, CTEO de O2 Telefónica, quien añade que la operadora ofrece una "cartera completa de servicios". La firma cuenta con áreas de crecimiento como la citada conectividad, la ciberseguridad, el *cloud* y los centros de datos, las redes privadas 5G y la fibra para empresas.

Otra de las apuestas estratégicas de Telefónica Deutschland va a pasar por la banda ancha fija y los negocios vinculados a la fibra óptica.

Telefónica Deutschland quiere hacer valer su posición en la telefonía móvil 5G, donde ya ha alcanzado una cobertura del 98% de la población, en línea con Deutsche Telekom y por encima de Vodafone, que ronda el 93%.

Murtra aboga por revisar "el impacto sobre el consumidor" para analizar las fusiones en la UE

El presidente de Telefónica, Marc Murtra, volvió a defender ayer el proceso de consolidación en el mercado de las *telecos* en Europa y la creación de "titanes tecnológicos" que puedan competir con los de EE UU y China. Pero esta vez fue más lejos y achacó la reticencia de las autoridades comunitarias a las fusiones por la interpretación de la regulación en función del impacto en el consumidor, por lo que abogó por un "ajuste" que permita revertir la situación, informa Ramón Muñoz.

En su intervención en Los Desayunos del Ateneo de Madrid, eludió, a preguntas de los periodistas, concretar cualquier clase de operación de este tipo en la que pueda estar interesada Telefónica, y remitió a la presentación del nuevo plan estratégico el 4 de noviembre para aclarar las líneas maestras que guiarán al grupo en los próximos años. Sobre el interés en comprar Vodafone España, defendió que son especulaciones como las que se dan en los mercados sin que haya nada decidido. No obstante, insistió en que es preciso primero asegurar un proceso de consolidación en cada uno de los mercados nacionales antes que apostar por fusiones transfronterizas. Puso de ejemplo la estrategia equivocada a Vodafone Group, que emprendió su crecimiento mediante una acelerada compra de operadores en distintos países y ahora ha tenido que dar marcha atrás en mercados como España o Italia. Murtra también destacó que Europa debe trazar una hoja de ruta sólida para ser un actor global relevante en lo que a la IA se refiere dado que, a su juicio, mientras en Europa se regula esta tecnología, en EE UU o China se realizan "inversiones astronómicas".

"En Europa tenemos una tendencia a primero regular y luego crear la tecnología. Como con la IA. La hemos regulado muy ética, nos sentimos muy orgullosos de la regulación, pero estamos regulando la nada porque no hay IA. La regulación es muy importante, pero más importante es la tecnología", subrayó.

Observatorio de la piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2024

Preocupación en el sector cultural

→ Tras casi una década de éxito en el descenso de todos los indicadores de piratería, en 2024 vuelven las alertas y se confirma la necesidad de impulsar nuevas herramientas que permitan luchar contra esta devastadora lacra de forma más eficaz

→ 2024 registró 7.330 millones de accesos ilegales, con un valor de mercado de 42.782 millones de euros (un 9% más) y un perjuicio al sector de 3.032 millones

→Las arcas públicas dejaron de percibir 955 millones de euros por la piratería, mientras se impidió la creación de 188.058 puestos de trabajo, entre directos e indirectos

Madrid, 18 de septiembre de 2025. La piratería digital en España ha experimentado un extraordinario repunte en 2024. La tendencia a la baja detectada desde 2016 definitivamente se ha roto. Si los datos de 2022-2023 habían llevado ya al sector cultural a expresar su preocupación por un estancamiento, ahora la situación vuelve a ser muy preocupante: 7.330 millones de contenidos a los que se ha accedido ilegalmente (un 8% más que en 2023), con un valor de mercado de 42.782 millones de euros (un 9% más, si comparamos los mismos accesos, y un 14% adicional si se incluyen los nuevos), lo que ha originado un perjuicio para creadores e industrias de la música, el cine y las series, los videojuegos, el libro, la prensa y las imágenes que asciende a 3.032 millones de euros. Lógicamente, estas cifras han lastrado la creación de empleo en España en una estimación de 188.058 puestos de trabajo directos e indirectos, pero también ha mermado los ingresos de las arcas públicas, que han dejado de percibir 955 millones de euros (más de 8.000 millones desde 2012).

Esta evolución confirma que el parasitario mercado ilegal ha conseguido eludir las medidas actuales para seguir delinquiendo, abrir fisuras en la recuperación y malograr los muchos recursos y esfuerzos que el sector cultural, el legislador y la Administración han impulsado en años precedentes, según dibujan las cifras del *Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2024*, que elabora, desde hace más de una década, la consultora independiente GfK, líder mundial en inteligencia de mercados y consultoría de contenidos digitales, a instancias de la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos.

EL SECTOR EXIGE ACTUAR ANTES DE QUE SEA DEMASIADO TARDE

"No podemos despreciar el esfuerzo inmenso que se ha venido haciendo por sector cultural, legislador, Administración, jueces, Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, operadores de telecomunicaciones y ciudadanía para revertir la situación en la que se hallaba nuestro país hace una década. Y es rotunda la valoración del sector respecto a la mejora gracias a todas esas acciones, pero, como se venía intuyendo por los descensos más modestos en los últimos años (2022-2023), no está siendo suficiente. Es evidente que los infractores han modificado nuevamente sus modelos para eludir su impacto y es imprescindible y urgente implementar nuevas estrategias que permitan restablecer la legalidad de forma más eficaz y que muchos de los actores involucrados participen más activamente como les exige la normativa en vigor", reclama **Carlota Navarrete**, directora general de La Coalición.

Navarrete ha querido hacer también un llamamiento a todos los actores implicados: "Hemos recibido los resultados con alarma y cierta frustración, al constatar que volvemos a registrar un incremento tan elevado, pero somos optimistas porque el sector ha visto que los esfuerzos han tenido su efecto y también que la valoración y el consumo de la oferta legal son imparables. Nos sentimos mejor y más preparados que nunca para hacer frente a los retos que la piratería digital nos planeta y pedimos la máxima colaboración de operadores, buscadores, redes sociales y de mensajería, así como de los poderes públicos para lograrlo".

DEMANDAS DEL SECTOR

1) **Poner fin al retraso en la implantación de la DSA a nivel nacional.**
   El Reglamento de Servicios Digitales (DSA) implanta una serie de medidas de gran alcance para la lucha contra el contenido ilícito, por lo que resulta esencial que se impulse y promulgue con carácter de urgencia el Proyecto de Ley de gobernanza democrática en servicios digitales que habilitará las reformas necesarias a nivel interno para la plena aplicación de la norma europea y que actualmente se está tramitando en el Congreso de los Diputados. Recabamos la implicación de todas las fuerzas políticas para culminar esta iniciativa cuyo retraso está lastrando notablemente la tutela de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito digital.

2) **Exigencia de los grandes servicios en el control del contenido ilegal.**
   A nivel europeo debe exigirse una implicación general de los grandes servicios de intermediación. Esto apunta necesariamente a la reforma del Reglamento de Mercados Digitales (DMA) al efecto de exigir a dichos servicios la exclusión de los contenidos de carácter ilegal que, actualmente, operan como un competidor absolutamente desleal generando una profunda distorsión en el mercado digital. La evaluación de dicho Reglamento debe realizarse durante los próximos meses y es esencial que el mercado único digital quede blindado ante la competencia ilícita de estos servicios.

3) **Imposición de la obligación de colaborar a todos los servicios utilizados para la difusión del contenido ilícito.** Deben acometerse las reformas para que la obligación de retirada del contenido ilícito llegue a cualquier tipo de servicio que sea utilizado por los

infractores; en este punto, es necesario que los prestadores de servicios de mensajería instantánea, redes sociales, servicios en la nube, tiendas de aplicaciones, servicios que garantizan un acceso privado al contenido ilícito (VPN, CDN o proxy inverso) colaboren en la retirada del contenido ilícito y en la suspensión de los servicios infractores.

4) **Medidas para exigir mayor implicación de aquellos sectores que siguen siendo las vías de financiación de los servicios infractores – servicios publicitarios, principalmente, pero medios de pago, plataformas de venta online y actores de la protección de datos.** Avanzar en protocolos que eviten la financiación y obtención de beneficios económicos por los infractores. La estrategia *follow the money* es imprescindible y hace tiempo que requiere un nuevo impulso. Los datos sobre financiación mediante publicidad de las páginas infractoras apuntan a la necesidad urgente de establecer algún tipo de medida para facilitar que los titulares de derechos, anunciantes y los servicios de publicidad trabajen para neutralizar no sólo el beneficio económico generado por la actividad ilegal, sino también el daño reputacional que el vínculo con este tipo de actividades genera, así como acuerdos de las grandes plataformas de venta online, protección de datos.

5) **Adopción de medidas específicas y plenamente eficaces para proteger los contenidos culturales sensibles al tiempo, como estrenos, lanzamientos, novedades y publicaciones diarias.**

ACCESOS ILEGALES, VALOR DE LAS DESCARGAS Y LUCRO CESANTE DEL SECTOR

En 2024 se ha consolidado el consumo de contenidos digitales ilegales en todas las industrias, incrementándose en la casi totalidad de ellas el porcentaje de individuos que acceden ilícitamente. La clasificación la encabeza en esta ocasión la industria de Películas y Series, que ha visto cómo los consumidores piratas en formato físico o digital han pasado en un año del 27% al 39%. Porcentajes similares han registrado los Libros (38%) y la Música (34%). Les siguen Periódicos (25%), Imágenes (25%), Revistas (21%) y Videojuegos (18%).

El valor total de las descargas ha aumentado notablemente en 2024, hasta alcanzar los 42.782 millones de euros. La Música vuelve a ser la más castigada por estas prácticas ilegales, con 2.848 millones de accesos (+20%) con un valor de 14.142 millones de euros. En esta ocasión, la segunda posición de la lista es para las series, que registraron 1.513 millones de accesos ilícitos valorados en 2.086 millones de euros. Una mayor cuantía, 9.642 millones de euros, tienen los 364 millones de videojuegos a los que se accedió sin permiso. Salvo los Periódicos, que experimentaron una leve bajada del 3% en volumen de accesos y valor, las demás vieron crecer las descargas ilícitas y la cuantía económica de las mismas.

La piratería ha provocado a las industrias culturales en 2024 un lucro cesante de 3.032 millones de euros Este dño se reparte del siguiente modo: Periódicos y Revistas (752), Música (722 millones de euros), Películas y Series (721), Imágenes (369), Libros (260) y Videojuegos (208).

Hay un porcentaje muy significativo que habla también de las preferencias de los piratas digitales: prácticamente la mitad de los contenidos de todas las industrias a los que se accede ilegalmente son novedades, estrenos y lanzamientos: un 49% de los mismos tiene menos de un año de antigüedad desde su puesta en el mercado a disposición del público.

¿CONSUMIDORES O PIRATAS? ACCESO ILÍCITO Y OFERTA LEGAL

¿Por qué acceden los usuarios de Internet a contenidos ilícitos? ¿Cómo justifican esa práctica ilegal? Según aparece en el Observatorio 2024, la motivación mayoritaria es: "Pirateo para evitar pagar por un contenido que luego, posiblemente, no me guste", argumento al que se acoge el 64% de los consumidores. Sin embargo, otros datos hablan de una mejora en la alfabetización digital (6 de cada 10 aseguran distinguir entre plataformas legales e ilegales) y una reducción de la percepción de la impunidad (se ha rebajado al 30% el número de usuarios que se amparan en que piratean "porque no pasa nada y lo hace todo el mundo").

¿Cómo identificar si un portal es legal o ilegal? 6 de cada 10 encuestados vincula la legalidad de una plataforma con la disponibilidad de los datos de contacto de la empresa. Para el 32% una web cumple con la ley si muestra métodos de pago conocidos con sus logotipos y para un 24% si hay que realizar un pago y se indican los precios. De igual modo, el 21% confía si hay que registrarse y dar datos personales. Curiosamente, los más jóvenes (11-24 años) conceden legalidad a una plataforma si contiene marcas de publicidad reputadas.

Contradictoriamente, el 74% de los usuarios de descargas ilegales (eran un 57% en 2023) entienden que los creadores y las industrias de contenidos digitales son un sector estratégico y dinamizador de otros sectores (turismo, hostelería, telecomunicaciones…). Al mismo tiempo, cada vez son más (67%) lo que creen que en España existe una oferta legal de contenidos amplia y que además es muy fácil acceder a ella.

> "7 de cada 10 internautas ven en los creadores y las industrias culturales un sector estratégico y dinamizador de otros"

REDES SOCIALES Y MENSAJERÍA INSTANTÁNEA CRECEN COMO VÍAS DE ACCESO

Las redes sociales y la mensajería instantánea (Telegram, Facebook, WhatsApp e Instagram, por orden de preferencia) siguen su crecimiento (29% frente al 26% de 2023) como puertas de acceso a webs ilegales, aunque la fórmula más requerida por los consumidores continúa siendo, mayormente, la de los buscadores (56%), con Google a la cabeza acaparando la casi totalidad de la demanda (91%) y con otros en porcentajes residuales (Bing, Yahoo!, Brave…). La elección para 8 de cada 10 usuarios se produce entre las 20 primeras opciones ofrecidas por Google, mientras que 5 de cada 10 miran las opiniones antes de acceder. Los sistemas de descarga directa a través de webs (25%), las aplicaciones (24%) y el *streaming* (24%) son otras opciones.

"Aunque no han conseguido desbancar a Google como principal portal de búsqueda y acceso a las plataformas ilegales, las redes sociales y la mensajería instantánea se disparan como vía cada vez más utilizada"

El Observatorio de 2024 vuelve a prestar especial atención a las redes sociales y a la mensajería instantánea, que han aumentado su uso para acceder ilícitamente a contenidos culturales, en concreto: Facebook (39%), Telegram (39%), Facebook (36%), WhatsApp (27%) o Instagram (26%) .

Además, en el caso de Telegram, el 40% de los usuarios piratas pertenecen a un grupo donde se facilita el acceso. Concretamente, el 20% a Películas, el 20% a Libros, Revistas y Prensa, el 15% a Series, el 8% a Música, el 6% a Videojuegos y el 5% a Imágenes. En WhatsApp es un 12% el que pertenece a algún grupo que facilita acceso a contenidos. La mitad de los gruperos, tanto de Telegram (51%) como de WhatsApp (49%), se informan por los grupos de nuevos dominios cuando cierran los habituales de consumo ilícito.

"Telegram y WhatsApp han ido adquiriendo cada vez mayor importancia como vías de acceso a contenidos ilícitos"

LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LAS PLATAFORMAS ILEGALES

A la pregunta de cómo se financian los portales ilegales de contenidos culturales, la respuesta es similar a la de años anteriores: obtención de datos personales aportados por los internautas, publicidad y pago por consumo.

El registro se ha convertido en la exigencia más requerida por los portales para acceder a contenido cultural de forma ilícita. De hecho, el 64% de los consumidores confiesa que ha necesitado aportar datos personales para proceder a las descargas, siendo el correo electrónico el dato más solicitado (52%). El teléfono es pedido en menor proporción, al igual que cumplimentar un cuestionario de opinión. Lamentablemente, aunque un 35% de usuarios experimenta desconfianza al dar estos datos al registrarse, ha disminuido la desconfianza con respecto al año pasado.

“La obtención de datos personales aportados por los internautas, la publicidad y el pago directo para acceder son las principales fuentes de financiación de las webs piratas”

Casi 9 de cada 10 usuarios (87%) reconocen que han accedido a portales que contienen publicidad, principal fuente de financiación de estas webs ilegales. Los anuncios son mayormente de páginas de venta online (43%), apuestas (40%) y primeras marcas (31%). A algo más de la mitad de los internautas les resulta molesta (51%) y, además, les persigue por otras webs (25%). Un 48% reconoce que el uso de estos portales ilegales ha incrementado la recepción de más spam y publicidad en sus correos electrónicos, teléfonos móviles, tabletas, etc.

Se ha producido un leve descenso en el número de usuarios que han pagado por contenidos en portales ilícitos, que ahora se sitúa en 1 de cada 5. Los métodos de pago más habituales son PayPal (44%) y la tarjeta bancaria (43%), con una cada vez mayor uso de Bizum (16%) y criptomonedas (15%).

“Bizum y criptomonedas han aumentado su presencia como métodos de pago por acceso a contenidos”

PORTALES DE CONTENIDOS CERRADOS O QUE HAN DEJADO DE EXISTIR

Una de las consecuencias de utilizar webs ilegales es que cuando surgen problemas o incidencias, en la mayoría de los casos no se resuelven. Así, el 77% de los usuarios de esas páginas asegura que después de experimentar un incidente nunca les fue solucionado, mayormente porque no encontraron la manera de hacerlo en el mismo sitio, porque el formulario no funcionaba o porque no les fueron respondidos los que habían cumplimentado.

Sobre la eficacia o no de las medidas establecidas por la Administración y las industrias para frenar los accesos a los portales ilegales, la realidad es que un 51% de los usuarios trataron de acceder a un portal que había sido cerrado o había dejado de existir, un porcentaje menor que el registrado en 2023. La búsqueda de estos contenidos ahora inaccesibles se había realizado en buscadores como Google, Bing o Yahoo! (47%), en portales pirata (30%), pero también en un porcentaje nada desdeñable en redes sociales y grupos de mensajería (20%). Solo el 22% recibió explicaciones del cierre y a un 12% se les redirigió automáticamente a otro sitio, como respuesta a una estrategia de continuidad por parte de algunos administradores: redes sociales y grupos de mensajería (5 de cada 10) y portales tipo pirata.

"5 de cada 10 consumidores (51%) trataron de acceder a un portal cerrado o que había dejado de existir"

EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS CONTRA LA PIRATERÍA DIGITAL

Las motivaciones meramente individuales explican que los internautas no consuman contenidos digitales de modo ilícito: el miedo a que entren virus o malware (68%), la desconfianza ante un posible fraude (67%) y el temor a sufrir una estafa (66%). Se podría deducir que las campañas de concienciación han tenido su impacto en 2024 al constatar que un 54% estima que la oferta legal de contenidos es amplia y una mejor opción y que un 45% no accede porque perjudica a creadores y sector cultural.

"Las campañas de concienciación han podido impactar positivamente en los internautas en 2024"

Aunque ha descendido ligeramente el porcentaje, 7 de cada 10 usuarios sigue estimando que el cierre/bloqueo del acceso a una página web de contenidos ilícitos, o el hecho de que no se permita acceder a la misma, es la medida coercitiva más eficaz. También se decantan por las sanciones a los proveedores de internet (68%) y las multas a los usuarios (52%), con un ligero aumento de la percepción de las campañas de concienciación (55%).

"7 de cada 10 usuarios se decanta por el cierre/bloqueo de las webs piratas como principal medida coercitiva"

EFECTOS SOBRE EL EMPLEO Y LOS INGRESOS PÚBLICOS

Demás de sobre los creadores y las industrias de contenidos, los accesos ilegales repercuten negativamente sobre el empleo y las arcas públicas, impidiendo en un caso la creación de nuevos puestos de trabajo y en el otro los ingresos por impuestos o aportaciones a la Seguridad Social.

En 2024, la piratería provocó que no se crearan 188.058 puestos de trabajo, entre directos (31.343) e indirectos. Este daño al empleo se viene produciendo desde hace ya décadas, lastrando poderosamente al sector cultural, que ocupa actualmente a más de 700.000 trabajadores, lo que representa algo más del 3% del empleo total en España.

Por lo que respecta a la Administración, se ha dejado de percibir en 2024 un total de 955 millones de euros, repartidos entre IVA (476), Seguridad Social (370) e IRPF (109). Desde 2012

el consumo ilícito de contenidos culturales ha impedido ingresar más de 8.000 millones de euros al Estado.

"Las arcas públicas han dejado de percibir 955 millones de euros, mientras se ha impedido la generación de 188.058 puestos de trabajo, entre directos e indirectos"

ACCESOS Y MAGNITUDES POR TIPO DE CONTENIDOS

La cantidad defraudada en 2024 por los accesos ilegales ha alcanzado cifras nunca vistas. Nada menos que 42.782 millones fue el valor de los contenidos culturales a los que se accedió ilícitamente en España, un 9% más con respecto a 2023, si se comparan los mismos accesos y un 14% adicional si se incluye el nuevo bloque de accesos (a través de apps, y servicios de mensajería y redes sociales, en todos los tipos de contenidos y, muy significativamente, a través de descodificadores para ver cine y series) que introduce como mejora metodológica el Observatorio de 2024. De igual modo, ha habido un incremento en el número de contenidos por los que no se ha pagado: 7.330 millones. Este fraude ha ocasionado a creadores e industrias un lucro cesante cifrado en 3.032 millones de euros.

Hay que hacer notar que prácticamente la mitad de los contenidos de todas las industrias que se piratean son novedades, estrenos y lanzamientos: un 49% de los mismos tiene menos de un año de antigüedad desde su salida al mercado.

El comportamiento por industrias en 2024 es el siguiente:

MÚSICA

Como ya es habitual, es el sector más castigado por las indeseadas prácticas de los internautas, que se beneficiaron de forma ilegal de 2.848 millones de contenidos (20% más), por un valor de 14.142 millones de euros, un 25% más, porcentajes que hablan por sí solos de la dimensión que en 2024 adquirió la piratería digital. También ha crecido el número de consumidores piratas que acceden a música, en formato físico o digital, que se sitúa en el 34%. En 2024 crecieron significativamente los consumidores en formato digital, tanto de modo ilícito como lícito.

La industria musical sufrió un perjuicio de nada menos que 722 millones de euros, un lucro cesante que se reparte entre los 31 millones del mercado físico y 692 de la digital.

En su valoración, **Antonio Guisasola**, presidente de PROMUSICAE (Productores de Música de España), ha comentado: *"los resultados del Observatorio de Piratería del ejercicio 2024 sorprenden al observarse que, en un entorno tan digitalizado y de fácil acceso a los contenidos,*

tanto gratuitamente como por precios más que razonables, es increíble constatar que el consumo ilícito de contenidos haya aumentado un 9% en general y un 4% para la música respecto al ejercicio previo, con el perjuicio que supone para las industrias creativas, las arcas públicas y la sociedad en general, en beneficio de criminales que roban el trabajo de los demás".

A juicio del presidente de los productores musicales de nuestro país, *"hemos de conseguir que las medidas de lucha contra esta lacra sean plenamente eficaces y expeditivas para frenar el sangrado que la piratería supone para el país, ya que necesitamos no solo una buena legislación sino que esta sea efectiva, y aquí la colaboración e implicación de los prestadores de acceso a internet tiene que ser máxima, pues de ellos depende esencialmente el éxito de las medidas adoptadas, al tiempo que se deben reforzar las acciones encaminadas a la educación y concienciación de la sociedad sobre el daño que generan estas prácticas"*.

PELÍCULAS y SERIES

Aunque, como en el caso de la Música, también el sector de las Películas y Series ha experimentado un aumento notable de los consumidores legales e ilegales, la cifra de consumidores piratas resulta muy elevada, al alcanzar el 39% frente al 27% de 2023.

La industria audiovisual tuvo que hacer frente a la descarga ilegal de 1.045 millones de Películas (un 90% más que en 2023), por un valor de 8.723 millones de euros, y de 1.513 millones de Series (59% más), cuyo valor supone 2.086 millones de euros. Esta actuación de los usuarios piratas ha ocasionado al sector un lucro cesante de nada menos que 721 millones de euros.

Los datos que presenta el sector audiovisual han llevado a **Estela Artacho**, presidenta de FEDICINE, a lamentar que *"las películas y series hayan sufrido un repunte muy importante de piratería. Prácticamente 4 de cada 10 usuarios acceden a contenidos ilícitos, una cifra que se acerca peligrosamente a la mitad de la población internauta. Además, se trata sobre todo de población muy joven. Muy perjudicial para nuestra industria es, además, que los contenidos pirateados sean mayoritariamente estrenos"*. A pesar de este panorama, Artacho también ha querido ver un lado positivo, como que *"el consumo legal haya crecido en cine y series, lo que significa que los usuarios están valorando la apuesta del sector por ofrecer una oferta amplia, fácilmente accesible y atractiva"*.

LIBROS

2024 conoció un leve aumento del número de consumidores de Libros en formato digital y legal (16% frente al 14%), mientras se mantuvo el de usuarios en formato físico y legal (41%). No obstante, el de consumidores piratas en formato digital ya se encuentra en el 38%, que se hicieron con 675 millones de libros de modo ilícito (29% más), por un valor de mercado de 6.591 millones de euros (34%). Tales cifras se tradujeron para la industria editorial en un lucro cesante de 260 millones de euros.

Daniel Fernández, presidente de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), ha

querido destacar que "*vivimos tiempos en que irrumpe, en el mundo del libro y en la cultura en general, el nuevo escenario que trae consigo la inteligencia artificial. Y, también en esta nueva realidad, la piratería sigue siendo la principal amenaza para la creación y para la comercialización del libro, que es la industria cultural más afectada por esta. La defensa y el respeto a los derechos de autor y de la propiedad intelectual por parte de todos -los particulares, las grandes empresas tecnológicas y los poderes públicos- sigue siendo una premisa irrenunciable e indispensable para que el sector del libro mantenga los alentadores resultados de los últimos años. La piratería, es decir, el robo de contenidos, en cualquiera de sus formas, es la práctica que más puede comprometer el futuro del libro*".

VIDEOJUEGOS

Los Videojuegos siguen siendo pasto de los consumidores piratas, que han aumentado su número en 2024 hasta el 18% (en 2023 era el 15%). Esta subida ha llegado acompañada de una caída en los consumidores legales, que han registrado un 16% (19% en 2023) en acceso en formato digital y un 18% (26% en 2023) en compra en formato físico.

Nada menos que 364 millones de Videojuegos burlaron las leyes del mercado, un 18% más que en 2023, con un valor de casi 10.000 millones de euros (9.642, concretamente). Esta circunstancia elevó el perjuicio para la industria hasta los 208 millones de euros.

PERIÓDICOS y REVISTAS

El consumo ilícito de Periódicos y Revistas se ha consolidado durante 2024, hasta alcanzar los consumidores el 25% en el caso de los primeros y el 21% en el de las segundas. Esta práctica ilícita se tradujo en 225 millones de periódicos (3% menos que en 2023), por un valor de 338 millones de euros (3% menos), y 175 millones de revistas (21% más), por 412 millones de euros (21% más). Para las empresas editoras de las publicaciones periódicas el lucro cesante fue de 752 millones de euros, lo que supone la industria más perjudicada de todas en lo que a perjuicio se refiere.

IMÁGENES

Como ya ocurriera en 2023, 1 de cada 4 internautas accedieron a Imágenes de forma ilegal. Como consecuencia de estas prácticas, no se abonó nada por 485 millones de Imágenes (19% más), que tenían un valor de 848 millones de euros (19% más). Este sector experimentó un perjuicio económico de 369 millones de euros.

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 42
AVE: 1516 €
ÁREA: 8 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43672
OTS: 229000
SECCIÓN: CULTURA

2 Octubre, 2025



La piratería repunta un 9% tras diez años a la baja debido a las apps y redes sociales

A. CHICO

SAN SEBASTIÁN. Tras diez años a la baja, la piratería vuelve a repuntar y pone de nuevo en jaque a los creadores de contenidos culturales y artísticos, que solo el año pasado sufrieron un perjuicio económico de 3.032 millones de euros por los más de 7.300 millones de contenidos que los consumidores se apropiaron sin pagar.

El último informe del Observatorio de la piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales vuelve a activar las alarmas en el sector, que reconoce su «frustración». «No podemos despreciar el esfuerzo inmenso» realizado para revertir la situación de hace una década, indica Carlota Navarrete, directora general de la entidad, pero «como se venía intuyendo, no es suficiente».

Las apps y los servicios de mensajería y redes sociales han abierto nuevas vías a los infractores. Una práctica que, según el informe, no solo repercute en los creadores y empresas culturales, sino también a las arcas públicas, que dejaron de ingresar 955 millones el pasado año, y a la creación de puestos de trabajo. Según su cálculo, se dejaron de crear 188.058 empleos directos o indirectos.

Un año después, LaLiga vuelve a enviar burofaxes reclamando 450 euros por ver fútbol ilegal. Los expertos recomienda no pagar

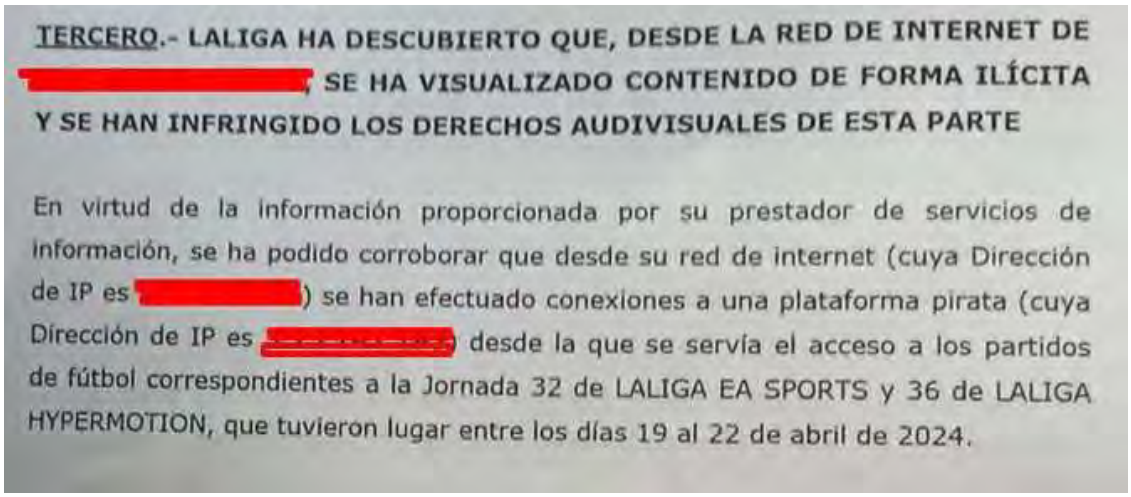


- LaLiga puede pedir a las operadoras los datos de usuarios asociados a IP sospechosas
- Los expertos advierten que abonar los 450 euros es solo una opción voluntaria de conciliación, no una obligación

Hace una hora Iván Linares

Cada fin de semana se suceden las restricciones de Internet ordenadas por LaLiga y Movistar. Pese a que se han vuelto habituales, eso no significa que se asuman: usuarios y dueños de páginas web se quejan de lo desorbitada que es la medida. También continúa una campaña que afectó a varias personas la temporada pasada: la del Burofax.

El precedente. A finales de 2024 nos hicimos eco de una campaña de cartas enviadas por LaLiga y dirigidas a supuestos responsables de emitir contenido deportivo sin licencia. La diana estaba puesta sobre el «cardsharing», una práctica que consiste en compartir los partidos en directo a través de listas IP y páginas relacionadas.


TERCERO.- LALIGA HA DESCUBIERTO QUE, DESDE LA RED DE INTERNET DE [redacted], SE HA VISUALIZADO CONTENIDO DE FORMA ILÍCITA Y SE HAN INFRINGIDO LOS DERECHOS AUDIVISUALES DE ESTA PARTE

En virtud de la información proporcionada por su prestador de servicios de información, se ha podido corroborar que desde su red de internet (cuya Dirección de IP es [redacted]) se han efectuado conexiones a una plataforma pirata (cuya Dirección de IP es [redacted]) desde la que se servía el acceso a los partidos de fútbol correspondientes a la Jornada 32 de LALIGA EA SPORTS y 36 de LALIGA HYPERMOTION, que tuvieron lugar entre los días 19 al 22 de abril de 2024.

Ejemplo de Burofax enviado por LaLiga en junio de 2024. Imagen: David Maeztu

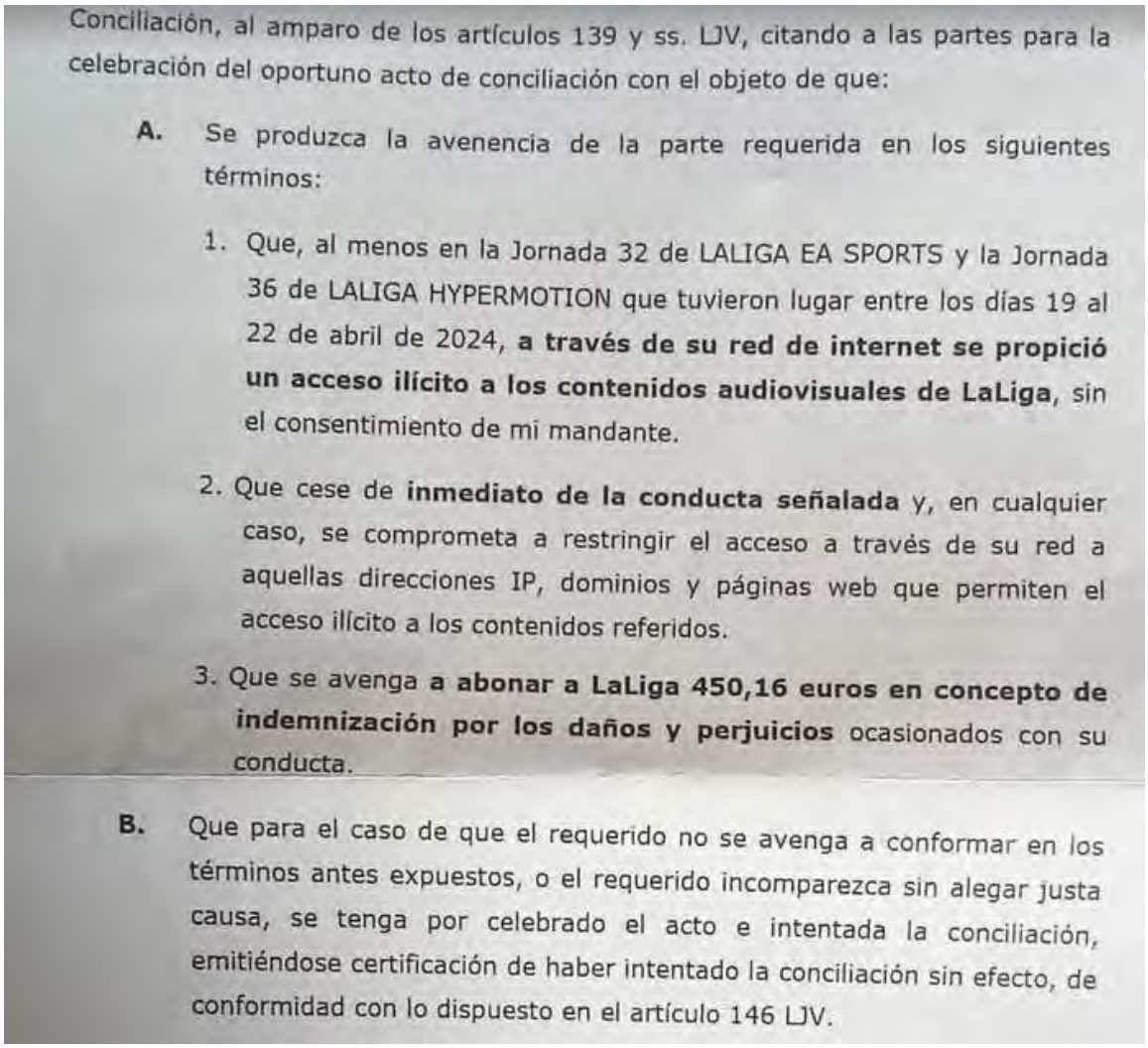
Quienes recibieron una de esas cartas se encontraron con un intento de acuerdo que buscaba eludir las posibles acciones legales por parte de LaLiga. El peaje era de 450 euros. Y fueron varias las personas que recibieron la misiva, igual que está sucediendo ahora.

Los Burofaxes. El País se hizo eco de la campaña de envíos seleccionados. En el texto LaLiga solicita el pago de unos 450 euros para evitar una futura demanda por haber transmitido eventos deportivos sin derechos.

No queda claro si todos los que reciben los avisos se dedican realmente a compartir contenido o solo a visualizarlo. Lo que sí está demostrado es que LaLiga, mediante una diligencia preliminar autorizada por un juzgado, puede solicitar a las operadoras los datos de los titulares de las líneas asociadas a determinadas direcciones IP. El artículo 256 de la Ley de Enjuiciamiento Civil ampara este procedimiento a favor de los titulares de derechos.

Qué dice LaLiga. La asociación que engloba a los equipos de fútbol profesionales se defiende indicando que las cartas pretenden defender sus derechos. Fuentes de LaLiga explican a Xataka Móvil que los Burofaxes «no son multas, sino demandas de conciliación» que buscan un acuerdo antes de iniciar cualquier acción legal.

Adicionalmente, exponen que los avisos no están enfocados a meros consumidores, sino que apuntan contra «aquellos que se están lucrando» con la transmisión no autorizada de los partidos de fútbol.



Conciliación, al amparo de los artículos 139 y ss. LJV, citando a las partes para la celebración del oportuno acto de conciliación con el objeto de que:

A. Se produzca la avenencia de la parte requerida en los siguientes términos:

1. Que, al menos en la Jornada 32 de LALIGA EA SPORTS y la Jornada 36 de LALIGA HYPERMOTION que tuvieron lugar entre los días 19 al 22 de abril de 2024, **a través de su red de internet se propició un acceso ilícito a los contenidos audiovisuales de LaLiga**, sin el consentimiento de mi mandante.

2. Que cese de **inmediato de la conducta señalada** y, en cualquier caso, se comprometa a restringir el acceso a través de su red a aquellas direcciones IP, dominios y páginas web que permiten el acceso ilícito a los contenidos referidos.

3. Que se avenga **a abonar a LaLiga 450,16 euros en concepto de indemnización por los daños y perjuicios** ocasionados con su conducta.

B. Que para el caso de que el requerido no se avenga a conformar en los términos antes expuestos, o el requerido incomparezca sin alegar justa causa, se tenga por celebrado el acto e intentada la conciliación, emitiéndose certificación de haber intentado la conciliación sin efecto, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 146 LJV.

Acuerdo de conciliación mediante el abono de 450 euros, extracto de un Burofax de junio de 2024. Imagen: David Maeztu

Los expertos aconsejan no pagar. Como acuerdo de conciliación que es, pagar lo que estipula LaLiga es «voluntario» y no una obligación, así los estiman abogados como Javier Prenafeta. Según especifica en su análisis este abogado:

«En esa petición lo que se hace es que se requiera al usuario para que reconozca ciertos hechos, o responda a preguntas, y se avenga a aceptar el pago de una cantidad económica».

«Es más o menos como un requerimiento, pero que se hace a través del juzgado. Es voluntario, el usuario puede ir o no ir, y responder lo que considere, y el procedimiento terminaría ahí, aunque normalmente se hace para luego presentar una demanda formal».

La batalla continúa. LaLiga no está dispuesta a relajar su estrategia contra quienes transmiten los partidos sin derechos: mantiene los bloqueos de páginas cada fin de semana y las cartas como medida extra de presión. Y

no solo en el ámbito doméstico, también en el de la hostelería: recientemente comunicó que había logrado más de 1.600 sentencias a su favor por emitir fútbol sin derechos.

Mientras los tribunales afinan hasta dónde llega la responsabilidad del consumidor final, una cosa está clara: la lucha por el fútbol no solo se libra en los juzgados y servidores, también en los buzones de quienes reciben las cartas de aviso.

LECTURAS

COUNTRY: Spain
PAGE(S): 1
AUTHOR: Unspecified

SECTION: PORTADA
CIRCULATION: 148492

8 October, 2025



LECTURAS

ECTURAS.COM

PVP: Península 2,70 € • Canarias 2,80 €

30 AÑOS DE LA MUERTE DE ANTONIO FLORES

El valiente homenaje de Alba Flores a su padre

"Estuve años enfadada con él pero ya lo he perdonado"



CUMBRE DE BODAS DE LA ALTA SOCIEDAD

EXCLUSIVA

TELMA ORTIZ SEPARADA Y AL BORDE DEL DESAHUCIO



All rights reserved

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 14-19
AVE: 84388 €
ÁREA: 22799 CM² - 584%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





GENOCIDIO STOP

ALBA FLORES EMOCIONA A SU FAMILIA CON EL RECUERDO DE SU PADRE

"Estuve enfadada con él durante años"

La actriz, que tenía 8 años cuando murió Antonio Flores, logra coser las heridas de su familia arropada por Rosario y Lolita en el estreno de 'Flores para Antonio', un documental sobre su ausencia

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 14-19
AVE: 84388 €
ÁREA: 22799 CM² - 584%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





Alba Flores (38), junto a sus tías Rosario (61) y Lolita (67) en la presentación de 'Flores para Antonio' en el Festival de San Sebastián.

La familia Flores ha convertido el Festival de San Sebastián en una catarsis de emoción. La presentación de 'Flores para Antonio', el documental que explora la huella que la muerte de Antonio Flores dejó en su hija, Alba, convirtió la Kursaal en un mar de lágrimas. Las primeras en llorar fueron Lolita y Rosario Flores, que arroparon a su sobrina en su gran día. Nada más terminar la proyección de la película, se pusieron en pie para aplaudirla con el rostro desencajado por todos los recuerdos despertados. "He hecho el duelo por la muerte de mi padre con esta película", reconocía Alba, que tenía 8 años cuando perdió a su padre.

DEJÓ DE CANTAR

Esa misma Alba Flores que hoy es una de nuestras actrices más reconocidas –gracias a éxitos como 'Vis a vis' o 'La casa de papel'– de pequeña no apuntaba a la interpretación, sino a la música. Dueña de una voz elástica y virtuosa, estaba llamada a seguir la tradición familiar como cantante. Pero la trágica pérdida de

"He recuperado a mi padre con este documental"

'Flores para Antonio' se estrena el 28 de noviembre en Movistar+. Cuenta con abundante material de películas caseras de los Flores.

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 14-19
AVE: 84388 €
ÁREA: 22799 CM² - 584%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





"Las drogas hacen mucho daño y te matan. Siempre he peleado mucho contra las drogas", ha dicho Rosario

"Yo vengo de una generación en la que estaban en nuestro día a día, soy una superviviente"

"Mi vida es mejor desde que hemos hecho el documental, y la de mi familia también", comenta Alba.

su padre la sacudió con fuerza y, desde entonces, no volvió a cantar. Aquella interrupción musical fue el primero de muchos silencios alrededor de la muerte de su padre que hoy, Alba, quiere romper para siempre. Para preguntarles a sus tías cómo era su padre de verdad, más allá de sus recuerdos infantiles; para saber cuáles eran sus miedos, sus deseos y sus incertidumbres. "Cuando empezamos a hacer la peli yo no era consciente de que no había hablado con mi familia de todo esto. Todos hemos descubierto mucho de mi padre con este documental, pero también mucho de todos", dijo Alba en la rueda de prensa del Festival de San Sebastián.

AMOR AL ESTILO FLORES

Más que un simple estreno de festival, el pase de 'Flores para Antonio' fue una sesión de terapia familiar. Alba no solo estuvo apoyada por sus tías, sino también por sus primos y, cómo no, por su madre, Ana Villa, que nunca perdió el vínculo con los Flores tras

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 14-19
AVE: 84388 €
ÁREA: 22799 CM² - 584%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





Los hijos de Lolita, el guitarrista Guillermo Furiase (31) y la actriz Elena Furiase (37), apoyaron a su prima en la premiere.

separarse de Antonio. "Tengo la suerte de que la familia que me ha tocado me cae muy bien. Me enternecen. Veo muchísima humanidad y dignidad. He podido reconocer a mi padre a través de ellos", reivindicaba Alba en su paso por el festival. En una entrevista en 'La ventana' de la cadena SER, ahondaba en cómo se sintió al reabrir las heridas de la ausencia paterna. "Estuve enfadada con él cuando se murió. No tengo recuerdos del día que murió, no tuve despedida, no fui al funeral y hasta muy mayor no fui al cementerio".

EL ESTIGMA DE LAS DROGAS

Alba también confronta en el documental las adicciones de su padre. "El estigma de la droga lo he vivido con mucho disgusto. Era muy doloroso, sentía una incomprensión e injusticia muy grande. Lo que más me dolía era reducir la vida de las personas a un acontecimiento puntual", ha dicho en una entrevista con El Correo. Ella es la primera vez que se enfrenta directa-

En el documental, Lolita cuenta a Alba todos sus recuerdos de juventud con Antonio. "Nunca nos habíamos sentado a hablar de esto. Nunca habías preguntado, Alba", le dice.

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 14-19
AVE: 84388 €
ÁREA: 22799 CM² - 584%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





Rosario y Lolita sucumben a las lágrimas al término del pase en el Teatro Victoria Eugenia de Donosti.



Alba estuvo rodeada por su familia. De izquierda a derecha, sus primas Elena Furiase y Lola Orellana (28); sus tías Rosario y Lolita; Isaki Lacuesta (codirector del documental); su madre, Ana Villa; Elena Molina (la otra directora); y sus primos Guillermo Furiase y Pedro Antonio Lazaga (19).

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 14-19
AVE: 84388 €
ÁREA: 22799 CM² - 584%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025



mente a este tema. Sus tías ya han hablado en anteriores ocasiones de cómo lidiaron con las adicciones de Antonio. "La salud para mí es lo más importante y las drogas hacen mucho daño y te matan. Siempre he peleado mucho contra las drogas, porque yo vengo de una generación en la que estaban en nuestro día a día, así que podríamos decir que soy una superviviente de esa época. Pude sobrevivir por lo que me gustaba la vida, por las ganas de vivir que tenía", declaró Rosario en una entrevista en Esquire meses atrás. Lolita, por su parte, confesó en 'Lo de Évole' que tras la muerte de su hermano cayó en un pozo. "Fue un año y medio de locura absoluta en mi interior. Bebía, tomaba coca, me acostaba a las tantas... Ponía los discos de Moncho, me ponía mi botella de whisky y una caja de pañuelos y a escribir y llorar".

UNA PELÍCULA SANADORA

Hoy Alba Flores ha entendido mejor a su padre. El documental ha sido el puente que le ha permitido llegar hasta él. "Nace de la necesidad de ahondar más en mi padre, de conocerlo más. Estaba llamada a ello. Entender su vida, pero también entender su muerte. Había que mirar de cara el asunto, qué pasó y por qué pasó", explicaba la actriz en San Sebastián. Alba ha logrado conectar con su padre y, 30 años después, ha vuelto, también, a cantar. 'Flores para Antonio', de hecho, se abre con su interpretación de uno de los temas más famosos de su padre, 'Una espina'. Un salto adelante artístico que redondea el éxito de esta película sanadora. "Mi vida es mejor desde que hemos hecho el documental, y la de mi familia también", asegura Alba. "Yo tengo un morro que me lo piso. No es común que yo haya podido hacer este proceso personal que me haya cambiado la vida con la complicidad de tantas personas que se han puesto a trabajar en hacer la mejor película posible, que resulta que era la mejor película posible también para mi salud mental", añade.

Por A.F. Couceiro. Fotos: Agencias/Movistar+.



"Tengo la suerte de que la familia que me ha tocado me cae muy bien. Me enternecen", dice Alba.

Alba confiesa que le hace daño reducir la vida de su padre solo a su adicción a las drogas. "Sentía una incomprensión e injusticia muy grande".

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 20-23
AVE: 57511 €
ÁREA: 10563 CM² - 398%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





Antonio era el mediano de los tres hijos de Lola Flores y Antonio González 'El Pescaílla'.

30 AÑOS SIN SU TALENTO

Antonio Flores, el rebelde de corazón frágil

Era el más contestatario del clan de los Flores, pero también el más vulnerable. El insoportable dolor por la muerte de su madre truncó una carrera repleta de éxitos

Antonio Flores falleció a los 33 años el 30 de mayo de 1995. Dejó cuatro discos de estudio como cantautor y una estimable carrera como actor de ocho películas. No solo era intérprete, sino que también componía.

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 20-23
AVE: 57511 €
ÁREA: 10563 CM² - 398%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





El estreno en Donosti de 'Flores para Antonio' nos obliga a retroceder 30 años en el tiempo. En aquel fatídico 1995, se vivieron 15 días muy tristes que cambiarían para siempre la historia de nuestra cultura y el mundo del corazón. El 30 de mayo de ese año, apenas dos semanas después de la muerte de Lola Flores, víctima de un cáncer, su hijo Antonio era hallado muerto en la casa familiar de El Lerele, en Alcobendas, debido a una sobredosis de barbitúricos y alcohol. Tenía 33 años. "A mi hermano no le mataron las drogas, le mató la muerte de mi madre", contaba Lolita. Pero ¿quién era de verdad Antonio Flores?

UN AVANZADO A SU TIEMPO

Tal y como le gusta recordar hoy a su hija Alba, Antonio era el más rebelde de los Flores. Lo suyo no era exactamente el flamenco de su madre ni la rumba de su padre,

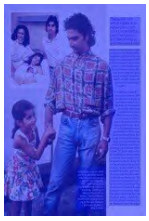
Lola Flores sentía adoración por su hijo. "Veo una luz tremenda en él, como músico y como poeta. Creo que tiene una enorme personalidad", decía. Ella vivía con pesar sus adicciones, que definía de esta manera: "Estaba atrapado por una pantera negra que era la muerte".

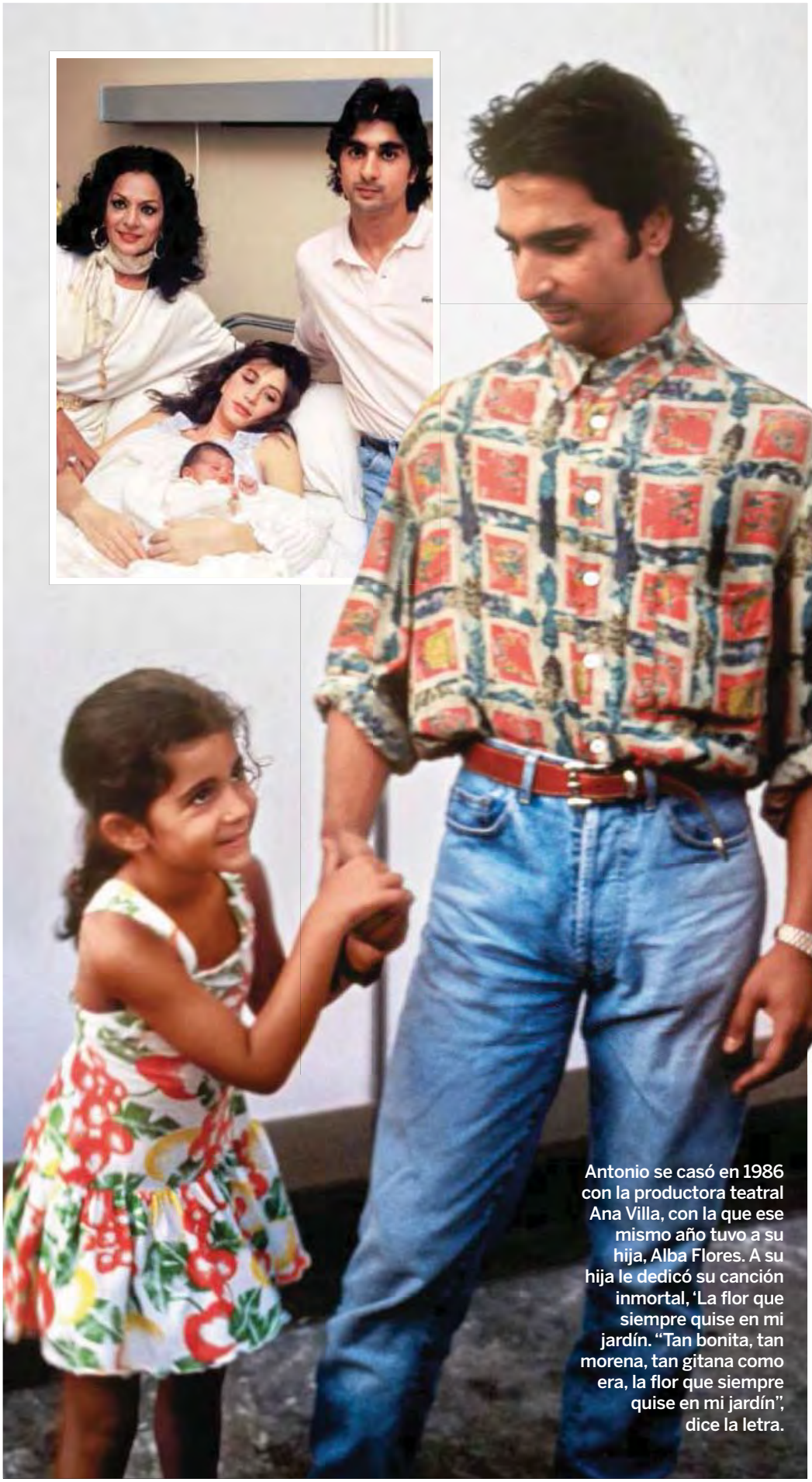
LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 20-23
AVE: 57511 €
ÁREA: 10563 CM² - 398%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





Antonio se casó en 1986 con la productora teatral Ana Villa, con la que ese mismo año tuvo a su hija, Alba Flores. A su hija le dedicó su canción inmortal, 'La flor que siempre quise en mi jardín. "Tan bonita, tan morena, tan gitana como era, la flor que siempre quise en mi jardín", dice la letra.

"No puedo vivir sin mi madre. A mi hija la quiero con mis cinco sentidos, pero me falta mi luz", decía Antonio a su hermana Lolita

sino un rock popular que unía ambos mundos. Sus letras hablaban de pacifismo ('No dudaría') o de derechos LGTBI ('Juan el Golosina'). A su muerte dejó cuatro discos de estudio y varias películas. Debutó como actor con ocho años y acabaría protagonizando, en 1982, uno de los clásicos del cine quinqui, 'Colegas'.

"SE MURIÓ DE AMOR"

Antonio se casó en 1986 con la madre de su hija, la productora teatral Ana Villa, de quien se separaría al cabo de cinco años de manera amistosa. Mantuvieron el vínculo por el bien de Alba, a la que Antonio adoraba. Era un rebelde con un talón de Aquiles: una empatía demasiado a flor de piel, una sensibilidad voraz. Antonio, decían sus amigos, padecía la fragilidad de los genios, y esa fue la vulnerabilidad que le hizo caer en las drogas. "Mi hijo Antonio estaba atrapado por una pantera negra que era la muerte", llegó a decir su madre, Lola, sobre las adicciones de su hijo. Antonio se desintoxicó y recayó varias veces. La muerte de su madre lo empujó al abismo de manera definitiva. "Mi hermano nos llamaba tras morir mi madre y nos decía: 'No puedo vivir sin ella. A mi hija la quiero con mis cinco sentidos, pero me falta mi luz'. Se murió de amor", contaba Lolita. Su último concierto fue en Pamplona, el 26 de mayo

LECTURAS

PAÍS: España
PÁGINAS: 20-23
AVE: 57511 €
ÁREA: 10563 CM² - 398%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 148492
OTS: 827000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025



de 1995, solo once días después de la muerte de su madre. En la rueda de prensa previa al concierto, apareció con gafas de sol y la mano izquierda escayolada. Llevaba días encerrado en casa y bebiendo demasiado. "Cuando murió Camarón lloré porque se había muerto un genio", dijo en referencia a uno de sus grandes ídolos, "y ahora he llorado porque se ha muerto otro genio, se ha muerto mi madre".

SUS ÚLTIMAS HORAS

A pesar de su aspecto agotado, en aquel último recital Antonio lo dio todo ante 2.000 personas. "Estoy cansado, con falta de sueño, muy emocionado. Aparte de dedicaros el show a todos vosotros, se lo dedico a Lola Flores", dijo en el escenario levantando su brazo escayolado al cielo. Cuatro días después, se reuniría con ella. "No tenía ánimos más que para estar con su padre, al que quería convencer para que grabara un disco, y con su hija Alba, a la que adoraba", confesaba Irene Chamorro, la última novia del cantante, sobre sus últimas horas de vida.

Por Anxo F. Couceiro. Fotos: Agencias/Archivo.



En apenas 15 días, Lolita y Rosario perdieron a su madre y a su hermano. Fueron tiempos convulsos para las hermanas. "La muerte de un padre y una madre es ley de vida, la de un hermano de 33 años nunca se supera", dijo Lolita.



El último concierto de Antonio, el 26 de mayo de 1995 en Pamplona. Se lo dedicó a su madre.

SEMANA

PAÍS: España
PÁGINAS: 36-37
AVE: 25539 €
ÁREA: 2568 CM² - 196%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 117346
OTS: 609000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





JUNTOS POR VEZ PRIMERA De izquierda a derecha: Guillermo y Elena Furiase, Ana Villa, Pedro Antonio Lazaga, Lola Orellana, Rosario, Lolita y Alba Flores.

Los Flores unidos por el legado de Antonio

El clan hace historia en el estreno del emotivo documental sobre el cantante que ha impulsado Alba, su única hija

HACE 30 años que nos dejó Antonio Flores. Demasiado pronto, demasiado doloroso. Pero para su familia y para tantos fans, su legado no solo permanece sino que ha seguido creciendo. Su espejo inmediato es su única hija, Alba Flores, que además de ser *esa flor que crece en mi jardín* que le escribió en la canción que le dedicó, es una artista

SEMANA

PAÍS: España
PÁGINAS: 36-37
AVE: 25539 €
ÁREA: 2568 CM² - 196%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 117346
OTS: 609000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





El artista falleció el 30 de mayo de 1995, con solo 33 años, quince días después de su madre, la mítica Lola Flores

a la altura del clan. Ahora todos ellos recuerdan la figura del cantante en el documental *Flores para Antonio,* cuyo estreno ha servido para volver a reunir a los tótems de la familia.

Ha sido en el marco del Festival de Cine de San Sebastián, en cuya alfombra roja ha dejado huella Alba junto al resto de herederos de los inolvidables Lola Flores y Antonio González *El Pescaílla*. Además de Alba Flores, quien ha puesto en marcha el documental junto a los directores Elena Molina e Isaki Lacuesta, allí estaban Lolita, con sus hijos, Elena y Guillermo Furiase; y Rosario, con los suyos, Lola Orellana y Pedro Antonio Lazaga, y la exmujer de Antonio y madre de Alba, Ana Villa.

Posando todos juntos y unidos, por primera vez en su vida, en un homenaje por todo lo alto. Esta reunión de los Flores ya es una foto e histórica. Y es que nunca antes habían logrado reunirse todos ellos ante el ojo público. La ocasión lo merecía y eso demuestra que que su unión es otro legado.

Noche de emociones

Alba Flores solo tenía 8 años cuando perdió a su padre y por eso este trabajo, aparte de una reconstrucción de la vida de Antonio Flores, también lo es de la suya propia, recuperando testimonios de los que conocieron al artista.

Los Flores fueron recibidos con aplausos, vivas y ovaciones por parte de un público entregadísimo. "Madre mía, me tenéis a punto de cantar una saeta", llegó a decir Alba muy emocionada. Un ejemplo más de que la familia Flores continúa fuerte y muy viva. ■

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 86-91
AVE: 85200 €
ÁREA: 19980 CM² - 600%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025





LAS FLORES homenajean a Antonio en el Festival de San Sebastián

En el 30º aniversario de la muerte del cantante, la familia Flores se ha dejado ver más unida que nunca en el festival de cine del País Vasco, donde han presentado un documental en honor a Antonio Flores.

DIEZ MINUTOS

PAÍS: España
PÁGINAS: 86-91
AVE: 85200 €
ÁREA: 19980 CM² - 600%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 82311
OTS: 680000
SECCIÓN: MAGAZINE

8 Octubre, 2025



El pasado sábado 27 de septiembre poníamos fin a uno de los eventos más esperados del mundo audiovisual: el Festival de Cine Internacional de San Sebastián. Este año, los nueve días que dura el evento han tenido un toque nostálgico y emotivo con la presentación del documental "Flores para Antonio", por parte de la hija del cantante, Alba Flores, que ha estado arropada por toda su familia en este nuevo proyecto, especialmente por sus tías Rosario y Lolita Flores.

"Esto es un antes y un después en mi vida. Nunca había hecho nada tan significativo", afirmó Alba

"Cuando empezamos a grabar secuencias con mis tías y mis primos, me di cuenta de que nunca había hablado con ellos de todo esto", comentó Alba. "Compartiendo lo que era él para cada uno, hemos unido las piezas y ahora tenemos un retrato mucho más completo". Aunque el cantante falleció en 1995, está claro que la figura que representaba en su familia se intenta transmitir de generación en generación, incluso para los más jóvenes que no le conocieron, como los hijos de Rosario. "De las experiencias más bonitas ha sido ver a mis primos Lola y Pedro Antonio descubrir quién era su tío", aseguraba la hija del cantante.

Una gala de estrellas

La última noche del festival no solo se otorgaron los premios, también se reunieron grandes rostros del cine.



Apoyando a SU PRIMA
Guillermo y Elena Furiase, hijos de Lolita, también acudieron al preestreno. "Tu padre está vibrando con todo esto", dijo ella.

ABC Gente

Alba Flores rompe el silencio sobre la muerte de su padre: «Estuve años enfadada con él pero ya lo he perdonado»

La actriz de 'La casa de papel' llegó al Festival de San Sebastián arropada por sus tías, Rosario y Lolita Flores, para presentar el documental 'Flores para Antonio'



DANIELLA BEJARANO



SEGUIR AUTOR

01/10/2025
Actualizado a las 11:34h.

El Festival de San Sebastián vivió uno de sus momentos más emotivos con la presentación de 'Flores para Antonio', el documental en el que Alba Flores (38 años) se atreve, por primera vez, a hablar sin reservas de la herida que marcó su infancia: la pérdida de su padre, Antonio Flores, cuando solo tenía ocho años.

La actriz, reconocida internacionalmente gracias a series como 'Vis a vis' y 'La casa de papel', convirtió el estreno en un homenaje íntimo y sanador. Rodeada por sus tías, Rosario y Lolita, y por su madre, Ana Villa, Alba confesó lo que hasta ahora había guardado en silencio: «Estuve enfadada con él cuando se murió. No tengo recuerdos del día que murió, no tuve despedida, no fui al funeral y hasta muy mayor no fui al cementerio», reconoció en la rueda de prensa del certamen.

El largometraje reconstruye la vida y obra del cantante a través de vídeos caseros, fotografías inéditas, testimonios de familiares y artistas que compartieron escenario con él, como Joaquín Sabina, Ariel Rot o Antonio Carmona. La propia Alba actúa como narradora en este viaje hacia el pasado que, según ella misma confesó, le ha permitido reconciliarse con la figura de su padre: «He hecho el duelo por la muerte de mi padre con esta película», admitió visiblemente emocionada.

El pase en el Kursaal fue una auténtica catarsis colectiva. Nada más terminar la proyección, Rosario y Lolita rompieron en lágrimas y se pusieron en pie para aplaudir a su sobrina. La emoción recorrió la sala mientras los recuerdos de Antonio se mezclaban con la fuerza de su música.



Pero hubo un gesto que sorprendió especialmente a los asistentes. Alba apareció luciendo la chaqueta que Antonio Flores llevó en su última entrevista televisiva, en diciembre de 1994 en el programa 'Cita con la vida' de Nieves Herrero, apenas cinco meses antes de su fallecimiento. Una prenda cargada de simbolismo que fue reconocida de inmediato por quienes habían seguido de cerca la carrera del músico.

En el documental, Alba también aborda de frente el estigma de las drogas, un asunto que durante años había quedado relegado al silencio en su entorno. «El estigma de la droga lo he vivido con mucho disgusto. Era muy doloroso, sentía una incomprensión e injusticia muy grande», explicó en una entrevista con 'El Correo'.

Sus tías tampoco esquivaron este asunto en otras ocasiones. Rosario confesó en Esquire que siempre luchó contra ese mundo: «La salud para mí es lo más importante y las drogas hacen mucho daño y te matan», dijo. Lolita, en cambio, relató en 'Lo de Évole' que tras la muerte de Antonio se hundió en un pozo del que le costó salir: «Fue un año y medio de locura absoluta en mi interior», recordó.



La película, que llegará a los cines el 28 de noviembre con distribución de A Contracorriente Films y se estrenará en exclusiva en Movistar Plus+ a comienzos de 2026, no solo es un retrato del músico, sino también una terapia colectiva para una familia que siempre ha vivido expuesta a la mirada pública.

El resultado es un homenaje valiente, íntimo y profundamente personal. Porque como reconoció la propia actriz: «Tengo la suerte de que la familia que me ha tocado me cae muy bien. Me enternecen. He podido reconocer a mi padre a través de ellos».

El Confidencial

ACTRIZ INTERNACIONAL

El guiño emotivo de Alba Flores a su padre en San Sebastián: hace referencia a una entrañable escena de los 90

La intérprete de La casa de papel sorprendió en el Festival Internacional de Cine con un detalle cargado de nostalgia que pasó inadvertido para muchos



Alba Flores junto a sus tías (Archivo)

Por El Confidencial 30/09/2025 - 13:39

La actriz Alba Flores emocionó al público del Festival Internacional de Cine de San Sebastián con un gesto muy íntimo hacia su padre, el músico Antonio Flores. Durante la presentación del documental Flores para Antonio, sorprendió al aparecer con una chaqueta cargada de simbolismo: la misma que él vistió en su última entrevista televisiva, emitida en diciembre de 1994 en el programa Cita con la vida, presentado por Nieves Herrero, apenas cinco meses antes de su fallecimiento, tal y como recogió la revista Cinemanía.

El largometraje, dirigido por Isaki Lacuesta junto a Elena Molina, repasa la vida y obra del cantante a través de vídeos caseros, fotografías inéditas, dibujos, imágenes de archivo y, por supuesto, su música. La propia Alba, que entonces tenía ocho años, es el hilo conductor de esta búsqueda personal sobre la figura de su padre. El proyecto reúne a familiares como su madre, Ana Villa, y sus tías, Lolita y Rosario Flores, además de artistas que colaboraron con él, entre ellos Joaquín Sabina, Antonio Carmona o Ariel Rot. Incluso hay espacio para la presencia de su abuela, Lola Flores.



Aunque la película ya era un tributo en sí misma, el detalle de la chaqueta sorprendió a quienes reconocieron la prenda. Se trata de un guiño silencioso pero potente que conecta el presente con uno de los últimos recuerdos públicos de Antonio Flores. Como explicó la actriz en su paso por San Sebastián, revivir esas imágenes y conversaciones le ha permitido no solo acercarse a su padre, sino también reencontrarse con su propia voz artística.

En declaraciones a Cinemanía, Alba confesó que al inicio no quería involucrarse en el documental, pero finalmente decidió hacerlo como un modo de sanar y comprender mejor su historia familiar. “Todas las semanas de mi vida alguien me decía cuánto admiraba a mi padre”, señaló.

El documental llegará a los cines el próximo 28 de noviembre, con distribución de A Contracorriente Films, y a principios de 2026 estará disponible en exclusiva en Movistar Plus+. Con este título, la plataforma continúa su apuesta por la no ficción musical, en línea con otros proyectos recientes como Sintiéndolo mucho sobre Joaquín Sabina o la cinta dedicada a Leiva que está por estrenarse.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Movistar Plus+ produce ‘Fuego’, película documental de León Siminiani que llegará a los cines en 2026

Por Marco Sánchez Sequera -1 octubre, 2025



‘Fuego’, la nueva película documental original de Movistar Plus+ dirigida por León Siminiani, propone una mirada profunda sobre el impacto y las causas de incendios como los que han desbordado España este verano, así como la nueva relación con el fuego. Se trata de una producción en colaboración con El Gesto Cinematográfico, Ailalelo Producciones, Kormenia Films y Avalon PC, que llegará a los cines en 2026.

En agosto, el equipo del filme llevaba ya años investigando sobre la mutación del fuego a nivel global, cuando se trasladó a lugares donde las llamas alcanzaron intensidades y velocidades desconocidas para contar la historia desde dentro, con imágenes inéditas que ayudarán a entender por qué estamos ante una grave emergencia climática.

‘Fuego’ cuenta con la participación de científicos, brigadistas, administración y agentes del mundo rural para ofrecer una mirada lo más completa posible a una realidad tan compleja donde el cambio climático, el abandono rural y la necesidad de una nueva relación con nuestro medio natural actúan como telón de fondo. Cuenta, además, con la colaboración de la UME y otros cuerpos de intervención en incendios forestales.

Sobre ‘Fuego’

«Este verano, el fuego ha estado absolutamente presente en la conversación pública en España. El fuego no es, o no es solo, un elemento destructor: es un signo de advertencia que interpela nuestro modelo de vida. Las llamas dejan de ser un fenómeno lejano o excepcional para convertirse en la manifestación más visible de la crisis climática que atraviesa el planeta. Nos adentramos en el corazón del fuego para escuchar los testimonios más intensos y reveladores del momento, y comprender el gran desafío de nuestro tiempo. Con esta producción, Movistar Plus+ refuerza su compromiso con la no ficción y su apuesta por un cine documental que invita a reflexionar y a actuar», asegura Jorge Ortiz de Landázuri, líder de Originales de No Ficción de Movistar Plus+.

«El fuego es una clave esencial para entender la sociedad española hoy. Es la representación de asuntos muchísimo más profundos: el abandono rural, el cambio en el clima, la desconexión con la naturaleza, nuestro estilo de vida, el consumo no sostenible… Los incendios son avisos, gritos ya, de problemas que, como sociedad, debemos encarar y resolver», apuntan el director León Siminiani y el investigador Nacho Carretero.

'Fuego' se adentra en los incendios del pasado agosto en España y revela la magnitud de una crisis que va más allá de las llamas

Vía Movistar Plus+ por Wanchope 01 de octubre de 2025



Este verano Galicia, Castilla y León, Madrid, Andalucía, Extremadura, Asturias o Cataluña se han visto desbordadas por incendios incontrolables de los que todos hemos sido testigos.

'Fuego', la nueva película documental original de Movistar Plus+ dirigida por León Siminiani a partir de una investigación de los periodistas Nacho Carretero y Arturo Lezcano, propone una mirada profunda sobre el impacto y las causas de estos incendios así como la nueva relación con el fuego, que nuestro país pide a gritos.

'Fuego' es una película reveladora e inmersiva que cambiará la percepción que tenemos sobre los incendios. En agosto, el equipo llevaba ya años investigando sobre la mutación del fuego a nivel global, cuando se trasladó a lugares donde las llamas alcanzaron intensidades y velocidades desconocidas para contar la historia desde dentro, con imágenes inéditas que ayudarán a entender y contextualizar por qué estamos ante una grave emergencia climática. 'Fuego' es una película reveladora e inmersiva que cambiará la percepción que tenemos sobre los incendios.

'Fuego' cuenta con la participación de científicos, brigadistas, administración y agentes del mundo rural para ofrecer una mirada lo más completa posible a una realidad tan compleja como ajena a los titulares fáciles. Cuenta además con la colaboración y la participación de la UME (Unidad Militar de Emergencias) y otros cuerpos de intervención en incendios forestales.

En palabras de Jorge Ortiz de Landázuri, líder de Originales de No Ficción de Movistar Plus+, *"este verano el fuego ha estado absolutamente presente en la conversación pública en España. En la televisión, en las redes sociales o en una charla entre vecinas y vecinos, los incendios forestales han marcado el día a día de un país que, año tras año, ve cómo el calor extremo y la falta de lluvias amenazan sus paisajes naturales. Lejos de ser una fuerza natural recurrente, el fuego se revela hoy como un fenómeno desbordado, intensificado por la acción humana y por las alteraciones climáticas que hemos provocado. La magnitud, la frecuencia y la capacidad destructiva de los incendios superan las proyecciones científicas de hace apenas unas décadas, y nos colocan ante un escenario que exige repensar nuestras categorías de previsión y control".*

"El fuego no es -o no es solo- un elemento destructor: es un signo de advertencia que interpela nuestro modelo de vida. Las llamas dejan de ser un fenómeno lejano o excepcional para convertirse en la manifestación más visible de la crisis climática que atraviesa el planeta. Nos adentramos en el corazón del fuego para escuchar los testimonios más intensos y reveladores del momento y comprender el gran desafío de nuestro tiempo. Con esta producción, Movistar Plus+ refuerza su compromiso con el género de no ficción y su apuesta por un cine documental relevante, que no solo informa, sino que invita a reflexionar y a actuar. Un testimonio audiovisual que interpela a la ciudadanía y que no dejará a nadie indiferente", concluye.

Por su parte León Siminiani, director y creador, y Nacho Carretero, investigador y creador, aseguran que *"la gravedad de los incendios de este pasado agosto ha hecho que España haya cambiado su mirada respecto al fuego. Hemos empezado a comprender que los incendios se apagan en invierno. Las administraciones españolas ya saben que la prevención es esencial: gestionar y cuidar el territorio es vital para soportar una época que ya ha comenzado y en la que muchos incendios están fuera de la capacidad de extinción".*

"El fuego es una clave esencial para entender la sociedad española hoy. Es la representación de asuntos muchísimo más profundos: el abandono rural, el cambio en el clima, la desconexión con la naturaleza, nuestro estilo de vida, el consumo no sostenible... Los incendios son avisos, gritos ya, de problemas que, como sociedad, debemos encarar y resolver. Los incendios no son buenos ni malos. Simplemente son. Como la lluvia, como las crecidas de un río, como las mareas. El objetivo es entenderlos y convivir con ellos. Y hay cientos de personas trabajando y estudiando muy duro para conseguirlo", concluyen.

En **'Fuego'** el espectador será testigo de una problemática real, compleja y urgente, donde el cambio climático, el abandono rural y la necesidad de una nueva relación con nuestro medio natural actúan como telón de fondo.

'Fuego' es una producción original de Movistar Plus+ en colaboración con El Gesto Cinematográfico, Ailalelo Producciones, Kormenia Films y Avalon PC que será distribuida en cines por esta última. Tras su paso por salas se estrenará en exclusiva en Movistar Plus+.

Dirección: León Siminiani
Idea original: León Siminiani, Nacho Carretero y Arturo Lezcano
Jefes de investigación: Nacho Carretero y Arturo Lezcano
Dirección de producción: Guadalupe Balaguer Trelles y Ainhoa Ramírez Lucendo
Ayudante de dirección y segunda unidad: Carmen Bellas
Dirección de fotografía: Hernán Pérez
Montaje: Juan Alba y Miguel Ángel Trudu
Contenidos Movistar Plus+: Jorge Ortiz de Landázuri y Marijo Larrañaga
Producción El Gesto, Ailalelo, Kormenia y Avalon: Ainhoa Ramírez Lucendo, León Siminiani, Nacho Carretero, Arturo Lezcano, Guadalupe Balaguer Trelles y Stefan Schmitz
Estreno en cines: 2026

EXTRATELE

Movistar Plus+ prepara 'Fuego', una mirada profunda sobre los incendios del pasado agosto en España

La película documental cuenta con la participación de la UME (Unidad Militar de Emergencias) y otros cuerpos de intervención en incendios forestales

SERGIO LÓPEZ MARTÍN
01/10/2025 - 17:51



Imagen promocional de 'Fuego', la nueva película documental de Movistar Plus+

Los graves incendios forestales que han azotado este verano a Galicia, Castilla y León, Madrid, Andalucía, Extremadura, Asturias, Cataluña tendrán su propia película documental producida por Movistar Plus+. La plataforma española de entretenimiento ha anunciado este miércoles que prepara 'Fuego', su nueva película documental original dirigida por León Siminiani, que propone una mirada profunda sobre el impacto y las causas de estos incendios así como la nueva relación con el fuego, que nuestro país pide a gritos.

Según cuenta Movistar Plus+ en la nota de prensa, se trata una película reveladora e inmersiva que cambiará la percepción que tenemos sobre los incendios. En agosto, el equipo llevaba ya años investigando sobre la mutación del fuego a nivel global, cuando se trasladó a lugares donde las llamas alcanzaron intensidades y velocidades desconocidas para contar la historia desde dentro, con imágenes inéditas que ayudarán a entender y contextualizar por qué estamos ante una grave emergencia climática.

Fuego cuenta con la participación de científicos, brigadistas, administración y agentes del mundo rural para ofrecer una mirada lo más completa posible a una realidad tan compleja como ajena a los titulares fáciles. Cuenta además con la colaboración y la participación de la UME (Unidad Militar de Emergencias) y otros cuerpos de intervención en incendios forestales.

"El fuego no es —o no es solo— un elemento destructor: es un signo de advertencia que interpela nuestro modelo de vida. Las llamas dejan de ser un fenómeno lejano o excepcional para convertirse en la manifestación más visible de la crisis climática que atraviesa el planeta. Nos adentramos en el corazón del fuego para escuchar los testimonios más intensos y reveladores del momento y comprender el gran desafío de nuestro tiempo. Con esta producción, Movistar Plus+ refuerza su compromiso con el género de no ficción y su apuesta por un cine documental relevante, que no solo informa, sino que invita a reflexionar y a actuar. Un testimonio audiovisual que interpela a la ciudadanía y que no dejará a nadie indiferente", asegura Jorge Ortiz de Landázuri, líder de Originales de No Ficción de Movistar Plus+.

León Siminiani, director y creador, y Nacho Carretero, investigador y creador: "La gravedad de los incendios de este pasado agosto ha hecho que España haya cambiado su mirada respecto al fuego. Hemos empezado a comprender que los incendios se apagan en invierno. Las administraciones españolas ya saben que la prevención es esencial: gestionar y cuidar el territorio es vital para soportar una época que ya ha comenzado y en la que muchos incendios están fuera de la capacidad de extinción".

"El fuego es una clave esencial para entender la sociedad española hoy. Es la representación de asuntos muchísimo más profundos: el abandono rural, el cambio en el clima, la desconexión con la naturaleza, nuestro estilo de vida, el consumo no sostenible... Los incendios son avisos, gritos ya, de problemas que, como sociedad, debemos encarar y resolver", añade los creadores, añadiendo: "Los incendios no son buenos ni malos. Simplemente son. Como la lluvia, como las crecidas de un río, como las mareas. El objetivo es entenderlos y convivir con ellos. Y hay cientos de personas trabajando y estudiando muy duro para conseguirlo".

El Confidencial

ENTREVISTA

Raúl Cimas: "No puedes llamar a alguien calvo hijo de puta y luego decir que era broma"

Cimas resume su carrera profesional con una frase que resuena durante toda la entrevista: “He hecho tantas estupideces que ya no me acuerdo de todas”. Viene a presentar la segunda temporada de 'Poquita fe'



El actor y humorista Raúl Cimas. (P. J. G)

Por **Ángel Villarino** Fotografía**: Patricia J. Garcinuño** 02/10/2025 - 05:00

EC EXCLUSIVO Raúl Cimas (Albacete, 1976) es uno de los humoristas más en forma de España, si no el que más. Proviene de la camada de colegas que se dieron a conocer con ***La Hora Chanante***, y ha ido madurando el personaje hasta convertirlo en lo que es hoy: un flipado que dice que fue astronauta, que tiene un suegro que conduce tan rápido que llega antes que su propio coche, cientos de primas con nombres absurdos… y que se está haciendo **omnipresente en televisión e internet**.

Acaba de estrenar la **segunda temporada** de ***Poquita fe*** **(Movistar Plus+)**. Vuelve a interpretar a José Ramón, un zángano que trabaja de vigilante y vive en Madrid con su novia Berta (**Esperanza Pedreño**). Hablamos durante una hora en la ruidosa terraza exterior de un hotel de la Gran Vía. Como en los tebeos de Ibáñez, no dejan de pasar avionetas que interrumpen nuestra conversación.

P. No estaba tan nervioso desde que entrevisté a Scarlett Johansson. Me he visto la segunda temporada de *Poquita fe* en una noche para llegar preparado a la entrevista.

R. Yo la verdad es que aún no la he visto. ¿O es que tú te lees tu periódico? Ya la veré. De todos modos es **una serie muy escrita**, casi es un guion de montaje. No es como otras que luego se transforman al montarlas. Es difícil que me sorprenda.



P. Todas las series van de algo. ¿De qué va *Poquita fe*? ¿Cómo lo explicas?

R. Es que eso es el oro del Perú. Nos ha dado para muchas conversaciones. Creo que uno de los encantos es que aborda la rutina, conflictos pequeñísimos del día a día. Me gusta definirla como una serie sobre los ratos que nadie sube a Instagram: desechos de las **biografías de gente normal**.

P. En la segunda temporada pasan más cosas que en la primera.

R. Tiene otro toque, aborda el **tema de la vivienda**, por ejemplo. Pero nuestra intención es hacer reír, no hacer crítica social. Los protagonistas son tipos despreocupados, no están muy al tanto de nada. Pero se quedan sin casa y no es un misterio que buscar un piso hoy en día puede ser la gymkana de tu vida.

P. ¿La serie no va también de las miserias de la pareja? Con los suegros como la miseria central...

R. **Convivir en pareja** muchas veces es antinatural. Si encima están los suegros, y las estrecheces, y el vecino, y la cuñada… puede ser un infierno. Los suegros tienden a coger fuerza en esta temporada. Pero no son los únicos. La idea es que personajes secundarios se hagan principales… y al revés. Así hay más posibilidades, así se pueden hacer más cosas.

P. ¿A ti te gusta hacer humor social? No te he visto nunca muy en ese papel.

R. Lo que pasa es que **el humor es un cóctel**. Mezclas medidas y a cada uno le gusta más fuerte o menos. Siempre va a haber un toque social porque hablas de la vida y la risa sirve para superar lo que existe. Como dice **Javier Cansado,** el humor son unas gafas para darle la vuelta a lo jodido. Pero es verdad que a mí me gusta que el humor sea el caramelo, no el envoltorio. Lo digo porque a veces se usa la comedia para envolver un mensaje que pesa más que la risa. Yo creo que no puedes llamar a alguien “calvo hijo de puta” y luego decir que era broma y que no tiene sentido del humor. Si nuestro humor fuera un cóctel, sería un gin-tonic corto: poco licor y bastante refresco. Queremos que la gente se vaya a la cama con buena sensación, no dándole vueltas a la matraca.

P. En la segunda temporada haces un desnudo integral y además lo pixeláis como en el porno japonés.

R. No solo yo, mi suegro también enseña el órgano. El **pixelado** es el gag. Nos dio miedo perder espectadores.

P. ¿Os pusieron un coordinador de intimidad?

R. Sí, sí. Vino el **coordinador** y me puso un tanga que me denigraba más que la propia escena.

P. ¿Transparente?

R. No, color piel. Pero los **coordinadores de intimidad** hacen un buen trabajo, ¿eh? Mis experiencias han sido buenas. Rodé en Canarias una cosa donde mi compañera pasaba mucho tiempo desnuda. Y ya te digo que no es cómodo estar en pelotas delante de gente que no conoces.



P. Hacer humor con gente en pelotas tiene menos mérito que lo que hacéis con algunas prendas, que se convierten en el centro de muchas escenas. Hay una sudadera que tiene más presencia que algunos actores.

R. No sé si hay **psicología de la ropa**, seguro que sí. La **forma de vestir** es un clásico del humor. Sirve mucho para entender marcos mentales. Tú ya sabes si a alguien le va bien o mal según vaya vestido. Mi aportación a todo esto fue la riñonera, porque los vagos llevan riñonera.

P. Desarrolla eso.

R. Llevas todo ahí metido y luego te la dejas colgada. Además, es como las mamparas para los perros: te recuerda donde no debes rascarte.

P. ¿Cada prenda está pensada al detalle o había cierta libertad de vestuario?

R. No, no, todo está todo pensado al milímetro. Tienes que hacer una prueba larguísima y tediosa de vestuario. Yo insistí mucho en que mi personaje tenía que tener cuatro cosas de vestir. A un tipo como José Ramón comprar ropa no le interesa; su peor plan es irse de tiendas. Y más si se está mudando. Pero el **vestuario** en una comedia es fundamental: no es lo mismo ir vestido que disfrazado. Eso se nota mucho.



P. ¿Cómo las series de época en las que hay campesinos del siglo XIV con la camisa planchada?

R. Fíjate lo que han ganado los *westerns* desde que ensucian la ropa. Veías a **John Wayne** y pensabas: ¿cómo va a ir cabalgando todo el día si va hecho un pincel? Ahora los vaqueros van llenos de tierra y de mierda y es más real.

P. La serie tiene un toque de neorrealismo italiano, de sacar a gente de la calle. Pero hasta el último extra que sale de refilón tiene un careto llamativo.

R. Es que *casting* hace un trabajo formidable. Es **una serie pequeña y corta**, pero con muchísimos personajes. Es un follón encontrarlos, vestirlos, maquillarlos... Los guionistas tienen un talento especial para crear personajes de una sola frase. Algunos salen cinco segundos y se te quedan grabados.

P. Pero en otras series sí has usado a gente de la calle ,¿no? Una de las cosas que has hecho que más me hizo reír fue "JuanCar, ¿qué te pasa?".

R. Me encanta que lo menciones, porque **es de mis cosas menos conocidas** y le tengo mucho cariño. Y tiene mérito porque no tenía precisamente un gran presupuesto.



P. Me han dicho que ahí algunos actores eran tus vecinos.

R. Todos. O gente del barrio. Uno era el portero de la finca.

P. ¿Pero lo hiciste porque tenías poco presupuesto o por experimentar?

R. Qué cojones. Quería hacer ficción y no había dinero. Me acostumbré al *low cost* temprano con ***La Hora Chanante***. Incluso antes, en *Óxido Nitroso*. Pero en estas cosas lo importante es la sinceridad: si tienes cuatro duros, lo primero es que se vea. Así nadie te pedirá más. Si intentas disimular, se te ven las costuras y quedas peor.

P. De Groucho Marx se decía que no podían parar de hacer chistes y acababa siendo insufrible para la gente que lo rodeaba. Luego hay otros humoristas a los que no les sacas una broma fuera del escenario. ¿Cuál es tu relación entre persona y personaje, como decía Errejón?

R. Yo entiendo a **Groucho Marx** porque en algún sitio tienes que entrenar. Los humoristas no tenemos academias y les damos el coñazo a amigos, pareja, familia. Ojo, a mí también me carga el tipo que intenta hacer gracia todo el rato. Pero creo que el mejor personaje que puedes interpretar es alguien que está dentro de ti. Muchos **cómicos** tenemos un personaje que vive dentro, y actuar es como un desdoblamiento. La persona que habla cuando actúas tiene que ser real porque el público detecta la mentira muy pronto. También es verdad que mi madre dice que en casa soy un muermo. Pero sí, cuanto más tenga de mí el personaje, mejor.



P. Cuando repaso tus primeros monólogos, veo una evolución salvaje. Ahora te sale mucho más natural y el chiste es menos importante que la manera de contarlo. ¿Es porque vas más relajado o porque has depurado la técnica?

R. Relajado no vas nunca. Eso de las tablas y de que coges confianza con el tiempo no pasa. Al revés, eres más consciente y los nervios van a más. Lo que pasa es que en **comedia** es clave que parezca que te sale en el momento, que es natural. Tiene que parecer que fluye. Pero los nervios no van a menos. La carrera de un **humorista** va en contra del mercado. Hay necesidad de caras nuevas cada año, de descubrir quién es "el nuevo no sé quién". Y muchas veces no da tiempo a desarrollar una carrera al cien por cien.

P. ¿Solo los mejores consiguen una carrera relativamente estable?

R. O a los más afortunados. No me gusta hablar de los mejores. Habrá gente con más **talento** a la que no le ha ido bien. A lo mejor no han tenido la posibilidad de desarrollarse tanto como yo y de trabajar con los mejores… He tenido mucha suerte y he aprendido de gente muy experta. De joven puedes ser gracioso, pero te haces humorista de mayor. También es por supervivencia. Cumples una edad haciendo estupideces y ya tienes que ser humorista de profesión. No hay vuelta atrás.

P. Hace años puse *Amanece que no es poco* a un grupo de catalanes y se me quedaron dormidos. Para el que no lo sepa, José Luis Cuerda nació en Albacete, como tú. Cuento esto porque ahora el humor manchego lo entiende todo el mundo. ¿Qué ha pasado aquí?

R. Yo con esto del **humor manchego** os responsabilizo más a vosotros, a los periodistas. Yo creo que éramos un grupo de amigos y que podríamos haber nacido igual en Valladolid. Pero bueno, es verdad que de la región somos varios. **José Luis Cuerda**, Florentino Fernández (Sacedón, Guadalajara), José Mota, **Millán Salcedo**… En pandemia, un taxista en Albacete me contó que era nieto de Pepe Isbert, que había nacido en Madrid casi de casualidad, pero su núcleo familiar andaba por allí. De todos modos, lo que tú les hiciste a tus amigos lo hacía Hitler en el Nido del Águila. Les ponía pelis a la gente y se quedaban todos fritos.

P. ¿Pero no hay una denominación de origen entonces?

R. Prefiero pensar que nuestro éxito fue un ejercicio de libertad, que impulsó la primera explosión de Internet: *La Hora Chanante* era residual, la audiencia iba por debajo del sótano. Fue de las primeras veces que Internet lanzó un producto distinto al humor de siempre. Cuando hacíamos ***Muchachada Nui*** nos tildaban de localistas, pero luego donde más nos veían era en Asturias. Teníamos más seguidores allí que en Albacete.

P. Yo os descubrí porque me mandaron el vídeo de Gorbachov por email. Tardé en entender que ponían eso por la tele.

R. Aquel vídeo no sé si fue el primero, pero sí de los primeros. Fue o Gorbachov o **David Hasselhoff**… El de **Gorbachov** es una maravilla. Joaquín estaba finísimo y quedó bien a la primera. Lo hizo en plano secuencia.



P. Aquello empezó siendo muy generacional. ¿Es casi todo el humor generacional?

R. Es que es como si ahora me pusiera a hacer **chistes** para la gente que sigue a Ibai. Nada envejece peor que el humor.

P. No te quiero preguntar nada de política porque solo nos faltaba politizar a Raúl Cimas. Pero uno de tus géneros, sobre todo en los cómics, son los flipados. ¿No hay mucho flipado en la política?

R. No me gusta hablar de política. Ojalá se pudiera. Me pasa como con el fútbol: la pasión está a flor de piel, hay tensión, y el que va a hacer un chiste acaba como **Homer Simpson**, escondiéndose entre los setos. El humor es tomarse las cosas con poca seriedad, una falta de respeto en sí. Como decíamos antes, se ha abusado del "soy cómico y digo lo que me da la gana", y eso ha hecho daño. No me gusta el humor de opinión; en general no me gusta la opinión. Me interesa lo que digan los expertos, pero no cualquier opinión. Vivimos sobre-opinados: redes, entrevistas… A veces me dicen "mójate" y no me sale de los cojones. Si pensara que alguien queda en buenas manos con mis opiniones políticas, lo haría, pero yo no tengo ninguna certeza. Pero sí, vamos, antes hablábamos de la **carta de Errejón**: para mí ese es el gran documento, el manuscrito en el que política y flipadura se dan la mano.

P. De lo flipados que estamos los periodistas también te has reído alguna vez. En La Hora Chanante teníais una sección llamada *Tertulianos* que en mi opinión es una genialidad.

R. Esa también es de mis preferidas. Cuando hicimos "Tertulianos", ni por asomo pensábamos que formatos como *La Clave*, que ya parecían obsoletos, volverían con esa fuerza. Pero han vuelto con energía renovada. Cuando yo era chaval, por la mañana en la televisión había magazines: un poco de política, María

Teresa Campos, **Pepe Navarro**, Hermida… Yo qué sé, un médico hablando del reuma, humoristas, un mago, una mesa del corazón…. Ahora los magazines son tertulia política todo el rato. Puedes estar 24 horas consumiendo tertulia política sin parar. Luego a los contenidos más ligeros se les acusa de adormecer la actitud crítica. No sé yo, cualquier psicólogo te diría que relajarse un rato es necesario. Vuelves del curro y necesitas relajarte, cuidar de tus hijos, tener un rato para ti. Pues con la política, igual. Hay que descansar.



P. Lo que pasa es que la tertulia política es barata y exitosa.

R. Claro. En el entrenamiento también pasa mucho. Si un programa funciona, el resto lo copia. A veces hay demasiado fútbol, luego llega otra racha en la que todo es ***true crime***, o comedia... Siempre hay demasiado de algo.

P. Pero en la política, como la tertulia, hay margen para el humor porque hay mucha impostación. Quiero decir, aunque no sea humor político militante...

R. Es que el *entertainment* es un monstruo. He visto a mucha gente a la que se la come el personaje con la popularidad de la tele. Es fácil que se te peguen hábitos y, además, unos suben, otros bajan, hay mucha competición. Los políticos o periodistas que están muy flipados, yo creo que es porque pasan muchas horas de tele, muchas más que antes. A eso hay que sumar las redes, los *likes*, la sobreexposición. No es fácil de llevar, ¿eh? Y le pasa igual a un periodista, a un ministro, a un cantante o a un **humorista**. La gente que no lo vive piensa que no le pasaría, que a ellos no les afectaría. Pero luego te cambia la vida, conoces a otro tipo de gente y todo te lleva a la flipadura.

P. Se espera que la IA nos quite el trabajo a todos. ¿Crees que a los humoristas también? ¿Le va a quitar el trabajo a Raúl Cimas?

R. Uno quiere pensar que **lo suyo es intocable**, pero no lo sé.

P. Le he pedido a ChatGPT que haga un chiste como si fueses tú. Lo tengo aquí. Solo le he dicho: "hazme un chiste como si fueses Raúl Cimas".

R. A ver, a ver a ver cómo es. ¿Quieres que te lo haga?

P. Sí, por favor.

(Dentro vídeo)



P. No funciona muy bien. Por ahora estás a salvo de perder el curro.

R. Lo encuentro un poco retorcido, sí.

P. Es una copia mala, ¿no?

R. Es que lo veo enrevesado. Yo soy más concreto. Divago, pero hay una estructura. Y a esto le faltan **chistes** evidentes entre medias. El chiste no tiene por qué ser lo más gracioso, pero es lo que lleva el ritmo, es el bajo en la orquesta del humor. Aquí además yo habría dicho que esto me lo contó mi cuñado.

GRANMADRID

PAÍS: España
PÁGINAS: 8
AVE: 14600 €
ÁREA: 39 CM² - 19%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43337
OTS: 506000
SECCIÓN: MADRID

2 Octubre, 2025





EL ROMPEOLAS
ANTONIO LUCAS

Invocación del cómico Raúl Cimas

Puede que **Raúl Cimas** sea en este momento el tipo más gracioso de España entre los muchos profesionales del humor. También es un hombre desternillante de paisano porque nació en Albacete, centro de alto rendimiento del buen disparate.

Cimas se impulsa repentizando, que es una manera de trabajar duro para no dejar un hueco libre sin posibilidad de risa. Igual lo hace en *La Revuelta* de **Broncano**, en *Futuro imperfecto* de **Buenafuente**, en *Ilustres ignorantes* (cuando estaba) o en las sobremesas del Café Varela, capaz de desconcertar al galleguísimo **Melquiades**. Si está Cimas puedes reír en serio, con todo el pecho, sin temor a ser inoportuno en la carcajada. Raúl Cimas invita a una libertad de risotada formidable. Acaba de estrenar en Movistar+ las nuevas capsulas de *Poquita fe* (donde la dupla con **Esperanza Pedreño** sale a cuenta) y qué 15 minutos. Qué alegría doméstica.

El humor blanco de Cimas tampoco es inocente. Se lanza a la crítica social con la realidad pequeña entre los dientes, a la manera de **Jardiel**, de **Mihura**, de **Tono**, y lo que mejor le sale es matar solemnidades. Parecerá por fuera escaso de compromiso, pero me parece que arriesga fuerte para dar cuenta del absurdo sin adornos, de la sinrazón de lo demasiado serio, casi poniéndole luto a la gravedad para empezar a entendernos de otro modo.

Como es robusto, y grande, y desgarbado, y le cortan el pelo en un salón de belleza junto al Hotel Preciados, cuando te cuenta las cosas parece que todo pierde pompa porque las cuenta de esa manera en que la vida se amontona sobre la vida y lo importante pierde naturalmente importancia por exceso de cotidianidad. El mejor humor es aquel que acaba con nuestra seguridad, hecha de rutina, de costumbre, de tabaco si aún fumas para plantearnos una situación insólita o injustificada. Y a Cimas le basta con cuatro o cinco palabras bien dispuestas, una detrás de otra, hasta levantar un instante insólito, desencajado, estupefacto. Es un bálsamo estupendo.

Le acompaña la voz, claro, esa manera de hablar algo increíble. Una voz para el humor por el humor que siempre funciona bien porque le ingenuiza y a veces le estropea la altura, por eso es creíble, por el caos pacífico que despliega de dentro a fuera. La escuela de Cimas viene de la cátedra de **José Luis Cuerda**, la gran corriente del humor donde la anarquía interrumpe lo previsible de la anarquía. Quisiera yo a este hombre cerca, pues algunas veces te hace creer que ríes y en verdad te anima a sentarte a pensar o te gira los ojos a donde nunca miras.

Diario de Sevilla

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 1215 €
ÁREA: 20 CM² - 14%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6643
OTS: 46000
SECCIÓN: SEVILLA

2 Octubre, 2025



'Poquita fe': la mejor herencia 'azconiana' viene en píldoras

La segunda temporada de *Poquita fe* (Movistar+) no da tregua en su retrato cómico-satírico de las penurias de una pareja atrapada en su condición precaria y zarandeada por los problemas cotidianos de cualquier españolito trabajador y de barrio, a saber, encontrar piso y asentar un amor que se escapa entre las manos.

Montero y Maidagán (*Camera Café*) perfeccionan y depuran una fórmula construida en un constante juego de montaje de apartes y salidas, haciendo partícipes a sus protagonistas de la narración de su propia historia en un mecanismo *meta* que tiene mucho que ver con el espíritu del tebeo. Esta segunda tanda se muestra también más generosa en la participación y el peso específico de los secundarios: suegros, cuñadas, amigos, compañeros de trabajo y acompañantes entrañables y un poco miserables de unos Raúl Cimas y Esperanza Pedreño que conforman una de las parejas más memorables del esperpento costumbrista de nuestro panorama audiovisual. La mejor tradición *azconiana-ferreriana-berlanguiana* no pervive ya tanto en el cine como en series como esta.



'Poquita fe' (Movistar+)

25 Aniversario Libertad Digital

SERIEMENTE

La segunda temporada de Poquita Fe (Movistar+) es espectacular

Poquita Fe ha llegado a Movistar con ocho nuevos capítulos con el desahucio de José Ramón y Berta en el centro de todo.

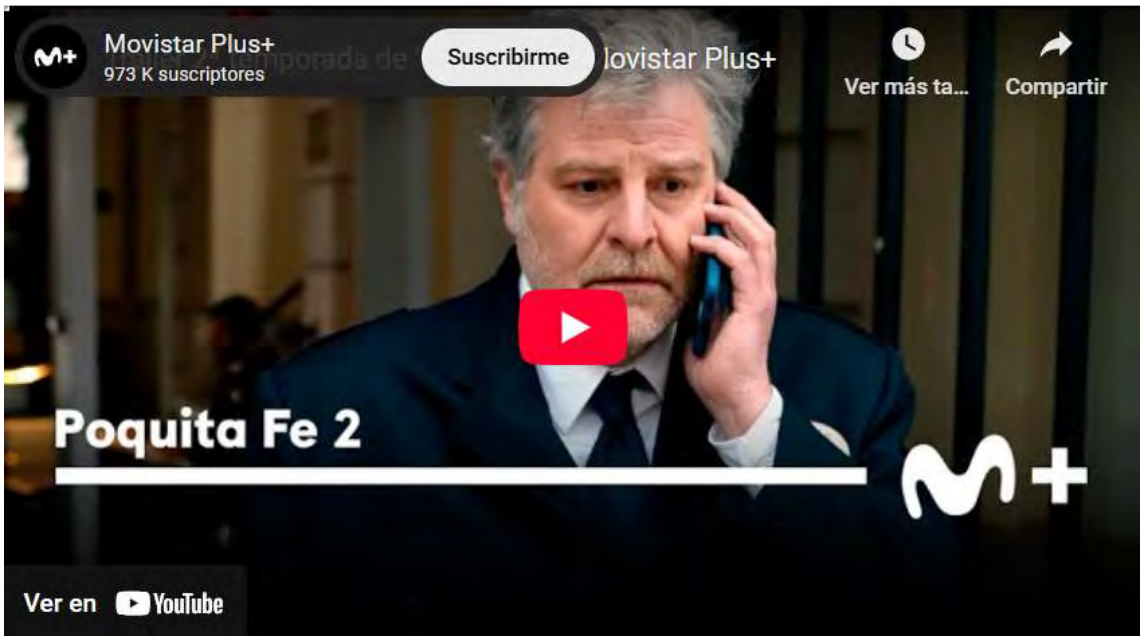
Juanma González 01/10/2025 - 09:34



Poquita Fe ha llegado a Movistar con ocho nuevos capítulos con el desahucio de José Ramón y Berta en el centro de todo.Poquita Fe | Movistar

La segunda temporada de Poquita Fe son ocho capítulos, cuatro menos que la anterior. Y quizá eso ayuda a que la serie de Movistar+ sobre las desventuras vitales de una pareja de mediana edad, José Ramón y Berta, sin objetivos claros ni emociones particularmente fuertes, funcione igual de bien que la primera.

Es más, la serie de Pepón Montero y Juan Maidagán, creadores de Camera Café, certifica en un registro distinto y junto a la reciente Muertos S.L. lo bien que funciona la comedia española en pequeñas píldoras. Mientras en cine todo se reduce a fórmulas probadas para el público familiar, la tradición negra, pintoresca y friqui del humor patrio pervive en la pequeña pantalla.



Raúl Cimas y Esperanza Pedreño prestan su tono de voz monótono a dos personajes que reflejan la mediocridad de la existencia. Y, por el camino, todo lo que nos ofrecen Montero y Maidagán es una apología de, precisamente, lo mágico de esa existencia irrelevante. Si en la primera temporada hubo hallazgos virales como el cuadro de Franco o el excremento en el zapato de la suegra, en esta tenemos el inquietante cuento de hadas repleto de sonrisas o la bragueta abierta del padre.

Quizá la segunda temporada, centrada en el problema de la vivienda de José Ramón y Berta, pierde algo de verdad y amargura. La crisis marital de la pareja proporcionaba a los doce primeros capítulos de una tensión de la que quizá, esta más compactada segunda temporada carece. Pero Montero y Maidagán profundizan en el picadísimo montaje de reacciones que propulsan el agotado formato del "mockumentary" a nuevas cotas, permitiendo que unos personajes se contesten a otros y el caleidoscopio de cada guion se disperse para regresar segundos después a su cauce; la soberbia imitación de un diálogo de necios en un bar hecha guion.



El resultado es casi una conversación de la serie con el espectador, que asiste a una deriva que Monterio y Maidagán controlan absolutamente en su aparente caos. La serie tiene perfectamente claro lo que quiere contar y los cortísimos capítulos, de en ocasiones apenas poco más de un cuarto de hora, colaboran a ello. La edición y el montaje son, por tanto, complejísimos y espectaculares, a lo que colabora el "timing" cómico de todos sus actores.

El fondo amargo de Poquita Fe se sigue manifestando en el forzado episodio de "ninismo" de la pareja, su espera a que los acontecimientos de la vida encajen por sí solos para al final dejarse llevar por otro cauce completamente distinto. Al final, dejar el barrio, el nido, es algo inevitable, pese a la poquita fe con la que José Ramón y Berta tratan de cambiar las cosas. En el fondo, quizá hasta sea una serie optimista.

ABC Historia

'Anatomía de un instante': la historia real tras los protagonistas del golpe de Estado que hizo temblar España

La nueva serie de Movistar Plus+ retrata a personajes como Juan Carlos I, Alfonso Armada o Adolfo Suárez



MANUEL P. VILLATORO



02/10/2025 a las 04:24h.

SEGUIR AUTOR

Fueron cuatro palabras que constriñeron el corazón de la flamante democracia rojigualda; joven, desde luego, pero con ansias de hacerse mayor. «¡Quieto todo el mundo!».

El 23 de febrero de 1981, poco después de las seis y veinte de la tarde, el teniente coronel de la Guardia Civil Antonio Tejero entró en el Congreso de los Diputados presto a dar un golpe de Estado. A su favor tenía cuarenta compañeros de cuerpo y una supuesta «autoridad militar competente» que, llegado el momento, le respaldaría. La sociedad tembló, pero respiró después de que Su Majestad Juan Carlos I condenara por televisión aquella locura. El día fue histórico y, como tal, tendrá su propia serie: 'Anatomía de un instante'. Y hete aquí los protagonistas a los que dará vida.

Adolfo Suárez (Álvaro Morte)

Adolfo Suárez González, primer presidente del Gobierno tras la aprobación de la Constitución en 1978, fue uno de los grandes protagonistas de aquel día por su valentía y su arrojo. El 23 de febrero de ese mismo año, el fundador y líder de la Unión de Centro Democrático (UCD) ya había tomado la firme decisión de abandonar la política. Por tanto, en el Congreso de los Diputados se elegía a su sucesor al frente del poder ejecutivo. Fue entonces cuando el teniente coronel Tejero irrumpió armado en el hemiciclo con un objetivo en mente: dinamitar la democracia.

La escena quedó para la historia. «¡Quieto todo el mundo!». El grito del teniente coronel fue acompañado por hasta once disparos de pistola y subfusil hacia el techo cuando observó que el ministro de Defensa, Manuel Gutiérrez Mellado (en la serie, Manuel Solo), se abalanzaba sobre él. Como respuesta, sus señorías se lanzaron en masa al piso del hemiciclo… Todas menos tres: el militar, Santiago Carrillo (líder del PCE), y el propio Suárez. «¿Valiente por qué? Yo representaba al Estado. ¿Cómo me iba a tirar al suelo?», desveló en una entrevista posterior.



A la izquierda, Suárez se abalanza sobre Tejero

El político, que se había entrenado con un psicólogo ante la posibilidad de terminar secuestrado por ETA, se mantuvo firme. Quería, añadió, mantener la dignidad del presidente del Gobierno y de la misma democracia.

Poco después, Suárez conversó con Tejero en una sala contigua. «¡Explique qué locura es esta!», le espetó. «¡Qué vergüenza para España! ¿Quién hay detrás de esto?, ¿con quién puedo hablar?». Incluso le exigió que depusiese su actitud. «Usted ya no es el presidente de nadie», respondió Tejero. Aquella valentía, para su desgracia, no se tradujo en votos para la UCD. En octubre de 1982, el partido pasó de obtener el 35% del voto, a un anémico 6,7%. Una debacle colosal en menos de tres años que volatilizó el partido.

Santiago Carrillo (Eduard Fernández)

El líder del Partido Comunista fue el tercero en discordia: las detonaciones de la Star BM del teniente coronel no le amilanaron y se mantuvo firme en su escaño. La teoría más extendida es que lo hizo porque estaba convencido de que aquel sería su último día en este mundo y quería mantener la honra. Lógico, pues se había convertido en el enemigo número uno de los nostálgicos tras haber participado, entre otras tantas cosas, en las matanzas de Paracuellos. Aquella votación era, en parte, culpa suya: tras estar exiliado en Francia durante más de tres décadas, llegó a un acuerdo con Suárez para legalizar el PCE, y eso terminó con los apoyos de ambos dentro de sus respectivos partidos. El primero, por plegarse a los extremistas de izquierdas; el segundo, por haberse vendido, en palabras de los más radicales, al ala derecha de la política española.



Alfonso Guerra Y Santiago Carrillo (*sic*)

El mismo Carrillo explicó en varias entrevistas que no sabía por qué no se había tirado al suelo. «Quizá no lo hice porque he vivido una guerra. Aunque es contradictorio porque lo que allí aprendes es precisamente a agacharte cuando hay disparos. No lo sé. Tampoco me considero más valiente que otros por aquello. Quizá solo fui algo más lúcido al darme cuenta de lo que realmente estaba pasando y preferí guiarme por la dignidad», señaló.

Teorías las hay por decenas. El escritor Javier Cercas señala en 'Anatomía de un instante', la novela en la que se basa la nueva serie, que el líder del PCE pensó en protegerse pero que, cuando vio que el fundador de la UCD no se achantaba, le copió. «Adolfo Suárez sigue sentado en su escaño de presidente, sólo, estatutario y espectral en un desierto de escaños vacíos. Y entonces, deliberadamente, reflexivamente –como si en un solo segundo entendiera el significado completo del gesto de Suárez–, él también decide no tirarse»

A nivel político, a Carrillo le fue mejor que a Suárez, aunque con altibajos. Fue elegido diputado hasta en tres ocasiones: 1977, 1979 y 1982. Tras ser derrotado de forma calamitosa dimitió, aunque continuó como portavoz parlamentario durante tres años más. Esa fecha fue excluido de la dirección del grupo y, tras abandonarlo, formó el efímero Partido de los Trabajadores de España.

Juan Carlos I (Miki Esparbé)

El monarca fue la palanca que acabó con el golpe. Mientras los muchísimos militares y policías leales al gobierno rodeaban el Congreso al mando de José Luis Aramburu Topete, director general de la Guardia Civil, Juan Carlos I inició una extensa ronda de llamadas a todas las Regiones Militares dejando claro su total apoyo a la democracia y tratando de evitar una posible sublevación general favorecida por el desconcierto. En esa ruleta de contactos también entró Milán del Bosch, quien no hizo caso en primer momento a sus órdenes.



Juan Carlos I, durante su discurso

Todo terminó a eso de la una del 24 de febrero. Fue entonces cuando Juan Carlos I, vestido con su uniforme de Capitán General de los Ejércitos, dirigió un discurso histórico a los españoles. «Ante la situación creada por los sucesos desarrollados en el Palacio del Congreso y para evitar cualquier posible confusión, confirmo que he ordenado a las Autoridades Civiles y a la Junta de Jefes de Estado Mayor que tomen todas las medidas necesarias para mantener el orden constitucional dentro de la legalidad vigente». Aquello terminó, de facto, con el golpe de Estado.

Antonio Tejero (David Lorente)

El epicentro del golpe de Estado; el hombre del mostacho que se convirtió en la cara visible del 23-F y sobre el que recayeron las culpas. La prensa de la época definió al teniente coronel Antonio Tejero como un militar de 49 años con un larguísimo historial de incidentes a sus espaldas. El primero se sucedió en enero de 1977, cuando el Ministerio del Interior declaró legal la Ikurriña. El guardia civil, destinado entonces en San Sebastián, envió en telegrama al gobierno en el que mostró su disconformidad con la medida. Aquello provocó que fuese enviado a Málaga como jefe de comandancia.

En octubre volvió a la carga cuando, al frente de una compañía, impidió que se celebrara una manifestación autorizada en la zona. ¿La razón? ETA había asesinado al presidente de la Diputación de Vizcaya. «Hoy es un día de luto en España y aquí no se manifiesta nadie», esgrimió. Aquello provocó que fuese detenido y que se le retirara del mando. Menos de un año después volvió a copar las portadas de los diarios al enviar una carta al rey don Juan Carlos en la que mostraba su disconformidad con la Constitución que se aprobaría meses después. «Majestad, no más sangre», rezaba la misiva. Terminó expedientado de nuevo.



Antonio Tejjero, el 23 F

Su primer gran movimiento contra el nuevo orden llegó con la llamada Operación Galaxia. A finales de octubre de 1978, el teniente coronel y el capitán de Infantería Ricardo Sáenz de Ynestrillas contactaron en la cafetería Galaxia para orquestar un golpe de Estado que debía materializarse el 17 de noviembre. El plan incluía tomar el palacio de la Moncloa, la detención del ejecutivo y la petición al monarca de que formara un Gobierno de concentración de salvación nacional. El complot, no obstante, fue descubierto, y Tejero, detenido y condenado a siete meses de prisión. Nada que ver con la pena impuesta tras el 23-F: treinta años de cárcel por rebelión militar consumada con la circunstancia agravante de la reincidencia.

Alfonso Armada (Juanma Navas)

Militar de larguísima carrera y segundo jefe del Estado Mayor del Ejército. Ya en 1978 se postulaba como posible instigador de una rebelión contra el Gobierno. «No descarto que haya un golpe de Estado; y si lo hay, Armada habrá sido su instructor», proclamó Suárez. No le faltaba razón, pues era uno de los hombres con más contactos en Palacio desde su paso como secretario del monarca. Los temores del líder de la UCD se cumplieron el 23 de febrero cuando los dos autobuses llegaron a las inmediaciones del Congreso de los Diputados en espera, o eso dijo Tejero, de la «autoridad militar competente».

¿Quién era esa autoridad militar competente? Las versiones más extendidas sostienen que un Alfonso Armada que intentaba, desde hacía meses, posicionarse como futuro líder de un gobierno de concentración. Es decir, de un conglomerado formado por militares y civiles tras un posible golpe de Estado. Armada habría tejido una intrincada tela de araña que le permitiera tomar el poder del país por la puerta de atrás. Su primer

paso habría sido fomentar las ansias del impulsivo Tejero, y del no menos nostálgico de la dictadura Milans del Bosch, por dar un golpe de timón quitándose de en medio a los políticos.



A la derecha, Alfonso Armada

Esta misma versión afirma también que Armada, herido por no poder seguir adelante con el plan, se presentó en la puerta del Congreso por voluntad propia, y sin el beneplácito del monarca, para negociar con Tejero su abandono del Hemiciclo. A eso de las 23:50 habría accedido al edificio junto a Aramburu Topete, que salió en solitario de allí media hora después. En el interior, el supuesto artífice del golpe habría propuesto a Tejero formar un gobierno de concentración militar y civil dirigido por él mismo, tal y como ansiaba desde hacía meses. Sin embargo, la respuesta del teniente coronel habría sido negativa: no quería compartir el poder con los comunistas contra los que tanto había combatido.

Con todo, esta es una teoría que el general siempre negó antes de fallecer en 2013, después de cumplir a medias su condena. El secreto de lo que verdaderamente sucedió murió en parte con él.

Jaime Milans del Bosch (Óscar de la Fuente)

Teniente General y Capitán General de la III Región Militar, con sede en Valencia. El 23-F, a eso de las siete de la tarde, sacó sus tanques a las calles de la ciudad. Sobre el papel, su excusa era la falta de gobierno. Extraoficialmente, esperaba que un golpe de fuerza como aquel hiciera que el resto de territorios se unieran a él y a Tejero y se alzasen contra la democracia.



Milans del Bosch

Sus movimientos fueron acompañados de dos bandos –edictos públicos– en los que declaraba que se hacía con el poder en espera de las órdenes del Rey. Con él vino una gigantesca retahíla de medidas dictatoriales como el toque de queda. «Se prohíbe el contacto con las Unidades Armadas por parte de la población civil. Dichas Unidades repelerán sin intimidación ni previo aviso todas las agresiones que puedan sufrir con la máxima energía», decía uno de los muchos puntos de aquel texto.

Su plan terminó en desastre. Después del discurso de Juan Carlos I, Milans del Bosch devolvió los carros de combate a sus garajes. Aquello fue el golpe definitivo contra un Tejero que no tuvo más remedio que abandonar el secuestro de los diputados y firmar la rendición el 24 de febrero sobre el capó de un coche.

AQUÍtv

EPK | ‘El Centro’, la nueva serie original Movistar Plus+ se estrena el 9 de octubre



- Acción, espionaje y drama en este nuevo thriller de seis episodios creado por David Moreno y dirigido por David Ulloa
- Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez forman el reparto de esta serie que se adentra en el corazón del CNI

Ambientada en la actualidad, pero con ecos de la Guerra Fría, ‘El Centro’ es un thriller de espionaje que se adentra en el desconocido universo del Centro Nacional de Inteligencia (CNI). La trama arranca con un asesinato que destapa una operación internacional de los servicios de Inteligencia rusos y lleva a los miembros del CNI a una carrera contrarreloj para desmantelarla, al mismo tiempo que intentan descubrir a un traidor entre sus filas.

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

Reparto

‘El Centro’ cuenta con un elenco coral: Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, David Lorente, Nacho Sánchez y Tristán Ulloa.

Ficha técnica

‘El Centro’ es una serie original Movistar Plus+ en colaboración con Fonte Films.

Dirección: David Ulloa
Creada por: David Moreno
Guion: David Moreno, Raúl López, Eva Saiz
Producción ejecutiva: Susana Herreras y Fran Araújo (Movistar Plus+); Pablo Isla, Carla Pérezde Albéniz y Fátima Dapena (Fonte Films)
Dirección de Producción: Kevin Jiménez
Jefe de localizaciones: Miguel Verdaguer
Dirección de Fotografía: David Omedes
Dirección de Arte: Uxua Castelló
Vestuario: Laura Cortés (figurinista), Pepi Camargo (sastra)
Maquillaje: Sara Sánchez
Peluquería: Mónica de Miguel
Sonido: Cristian Amores
Montaje: Miguel Doblado, David Nieves
Género: Thriller
Episodios: 6×50'
Estreno: 9 de octubre de 2025
Distribución internacional: Movistar Plus+ International

‘El Centro’, referente en impacto ambiental

Movistar Plus+ continúa liderando el camino hacia producciones cada vez más sostenibles. En los 10 días que ‘El Centro’ se rodó en Distrito Telefónica y gracias al origen renovable de las fuentes de energía utilizadas en la sede de la Compañía, se evitó la emisión de casi 1 tonelada de CO_2eq en la serie, lo que supone una huella de carbono similar a recorrer 5.000 km en coche.

EL PAÍS

Televisión

PROGRAMACIÓN TV · SERIES · CALENDARIO DE SERIES · PROGRAMAS · COMUNICACIÓN · CRÍTICA TV · AVANCES · ÚLTIMAS NOTICIAS

SERIES DE TELEVISIÓN>

‘La diplomática’, ‘It: Bienvenidos a Derry’ y otras series recomendadas para octubre

Una selección de producciones de ficción destacadas este mes en Netflix, Movistar Plus+, Disney+ y otras plataformas



Natalia Marcos Madrid - 01 OCT 2025

Asesinos en serie, mafia, romance, comedia y terror. Las propuestas que traen las plataformas en octubre son numerosas y variadas. Diez series españolas, entre estrenos y nuevas temporadas, verán la luz antes de que termine el mes. También, la serie italiana de Giuseppe Tornatore que llevaba 40 años inédita, la precuela de It o nuevas entregas de varios éxitos de Netflix.

Además, Reclutas (día 9 en Netflix) se adentra en el Cuerpo de Marines de Estados Unidos en los noventa a través de un joven que no ha salido del armario. El humor absurdo de Tom Robinson está presente en la comedia La empresa de las sillas (día 13 en HBO Max). Sam Caflin y Bill Nighy protagonizan la nueva serie de Harlan Coben, Lazarus (día 22 en Amazon Prime Video). El drama Pequeños desastres (día 23 en HBO Max) sigue la amistad de cuatro mujeres que tienen la maternidad como vínculo y el desmoronamiento de la vida de una de ellas. El thriller El misterio de Cemetery Road (día 29 en Apple TV+) reúne a las actrices Emma Thompson y Ruth Wilson, y la cuarta temporada de Mayor of Kingstown (día 30 en SkyShowtime) eleva la tensión dentro y fuera de la cárcel.

La producción española aportará, además de los títulos que destacamos abajo, estrenos como Zoomers (día 3 en Amazon Prime Video), que combina el drama juvenil con el reflejo generacional. En Animal (día 3 en Netflix), Luis Zahera interpreta a un veterinario rural que pasa a trabajar en una tienda boutique para mascotas. Las cuatro mujeres protagonistas de Nails (día 6 en SkyShowtime) forjan una amistad que las llevará a rebelarse contra su realidad. La comedia Sin gluten (día 10 en Amazon Prime Video) ya tiene fecha de estreno en plataforma antes de que TVE haya anunciado su lanzamiento. Y el mes terminará con la segunda temporada del drama médico Respira (día 31 en Netflix) y con la serie de terror protagonizada por Michelle Jenner Dime tu nombre (día 31 en Amazon Prime Video).

De los estrenos y regresos de este mes (que puede consultar en nuestro calendario), recomendamos dar una oportunidad a esta selección.

El Centro



Cuando una misión del Centro Nacional de Inteligencia sale mal queda al descubierto una operación internacional de los servicios de Inteligencia rusos que los españoles tratarán de desmantelar. Al mismo tiempo ponen en marcha una investigación para intentar dar con un topo en sus filas. El thriller de espionaje creado por David Moreno y protagonizado por Juan Diego Botto se adentra en el día a día de los trabajadores del CNI para mostrarlo de la forma más fidedigna posible. La trama se despliega en seis episodios que muestran tanto la vertiente personal como la profesional de los espías de verdad.

¿Cuándo y dónde verla? El jueves 9, en Movistar Plus+.

Diario de Sevilla

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 4601 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6643
OTS: 46000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails,* comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro*, con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

Huelva Información

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 2728 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2324
OTS: 19000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro,* con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

Granada Hoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 2660 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1214
OTS: 22000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro,* con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

Málaga hoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 3439 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2711
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro*, con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

Diario de Almería

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 2023 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1675
OTS: 10000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y **espías** en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro*, con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

EuropaSur

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 2184 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1250
OTS: 11000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails,* comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro*, con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME.

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +.

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

Diario de Jerez

PAÍS: España
PÁGINAS: 61
AVE: 2591 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2874
OTS: 16000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails,* comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro,* con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME.

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +.

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

DIARIO DE CADIZ

PAÍS: España
PÁGINAS: 69
AVE: 5734 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 7949
OTS: 43000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails,* comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro,* con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME.

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +.

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

el Día
DE CÓRDOBA

PAÍS: España
PÁGINAS: 45
AVE: 2088 €
ÁREA: 286 CM² - 53%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 636
OTS: 10000
SECCIÓN: TELEVISION

2 Octubre, 2025



Toreros, manicura y espías en las series de octubre

El calendario de series españolas se aprieta en este mes con los estrenos de 'El Centro', 'La Suerte', 'Zoomers' o 'Nails'

REDACCIÓN

El mundo del toreo tiene una visión de comedia en *La Suerte,* serie española de Disney +. Es uno de los esperados estrenos de este mes junto a la secuelas del terror de *It (It: Bienvenidos a Derry).* El calendario se abre mañana con *Animal*, con Luis Zahera, en Netflix.

En ese 3 de octubre también se estrena otra ficción española, *Zoomers,* en Prime Video, comedia negra juvenil de seis episodios que cuenta la historia de un joven de 18 años interpretado por Biel Rossell que llega a la universidad después de una tragedia personal. Amistades, sexo y conflicto en un colegio mayor.

Animal, en Netflix, lleva el sello de los creadores de *Entrevías*. Zahera que toma el papel de un veterinario sin dinero que acepta trabajar en una tienda selecta para mascotas.

El viernes 3 también se estrena la tercera temporada de *Monstruo: La historia de Ed Gein,* en Netflix. En el Wisconsin rural de los años 50 un tipo aparentemente inofensivo llamado Eddie vive en el silencio de una granja en ruinas. Tan apacible paisaje oculta una casa de los horrores.

El lunes 6 Sky Showtime (también en Movistar Plus +) incorpora *Nails*, comedia en la que cuatro mujeres aparentemente diferentes entablan una amistad muy especial en un salón de manicura. Es una producción española con Cristina Castaño, Fernando Tejero o Gracia Olayo.

La mencionada *La Suerte* (el miércoles 8 en Disney +) cuenta con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en una comedia creada por Paco Plaza sobre el mundo del toreo y las casualidades en la vida.

Acción, espionaje y asesinatos es lo que trae la nueva serie original Movistar Plus + el 9 octubre, *El Centro,* con Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Israel Elejalde, Elisabet Casanovas, Clara Segura, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez para adentrarse en el corazón del Centro Nacional de Inteligencia, el CNI. Ese mismo día Netflix estrenará *Victoria Beckham*, biopic de la glamurosa Spice girl, en todas sus facetas: diseñadora, modelo o centro de la familia Beckham.

La docuserie *La última llamada*, Movistar Plus +, estreno para 16 octubre, reunirá por primera vez en una serie documental a los cuatro ex presidentes vivos, Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, para ofrecer una mirada sobre el ejercicio del poder en España en las últimas décadas con conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de familiares y asesores cercanos.

También el 16 se estrena la tercera temporada de la intriga política de *La diplomática,* con Keri Russell, en Netflix.



SKYSHOWTIME

Gracia Olayo y Cristina Castaño en la comedia 'Nails'.



DISNEY

'La Suerte', Disney +.



MOVISTAR PLUS +

Tristán Ulloa en 'El Centro'.

Movistar Plus + reúne en 'La última llamada' a Felipe González, Aznar, Zapatero y Rajoy

HBO Max estrena *It: Bienvenidos a Derry* el día 26 como precuela de la saga del payaso concebido por Stephen King. El payaso asesino Pennywise, interpretado al igual que las películas por Bill Skarsgard, regresa en formato serie en la que repite también el director de cine Andy Muschietti.

Emma Thompson y Ruth Wilson se unen en *Down Cemetery Road,* que estrena Apple TV el día 29, thriller que arranca con la desaparición de una niña en un barrio residencial de Oxford. La investigación revela una compleja conspiración.

El 30 será el estreno de la temporada 4 de *The Witcher*. Continúan las aventuras del cazador de monstruos Geralt de Rivia, el brujo de largo pelo blanco que ahora interpreta Liam Hemsworth en lugar del habitual Henry Cavill.

verTele!

SERIES DE OCTUBRE

Las series más destacadas de octubre de 2025, entre 59 títulos como 'La Ruta', 'Monstruo', 'La Suerte' o 'El Centro'

Octubre de 2025 llega con una batería de series de estreno y nuevas temporadas. Estas son las principales novedades de Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Atresplayer y otras grandes plataformas



'La Ruta 2', 'Monstruo: Ed Gein' y 'La Suerte' Atresplayer / Netflix / Disney+

Sergio Soriano 30 de septiembre de 2025

Este mes de octubre de 2025 también llega cargado de novedades en el calendario de series, con hasta 59 estrenos de ficción nacional e internacional. Tras la intensa agenda de estrenos en septiembre, octubre refuerza su apuesta especialmente por las producciones españolas, que ganan terreno frente a los lanzamientos globales, poniendo a disposición de la audiencia distintas historias que van desde el thriller y los dramas familiares hasta comedias más ligeras.

Hay nada menos que diez novedades españolas, entre las que se encuentran títulos como Animal con Luis Zahera en Netflix, La suerte con Óscar Jaenada y Ricardo Gómez en Disney+, El Centro con Juan Diego Botto en Movistar Plus+, Entrepeneurs con los Pantomima Full en Disney+, o La Ruta Vol. 2: Ibiza continuando en Atresplayer. Asimismo,

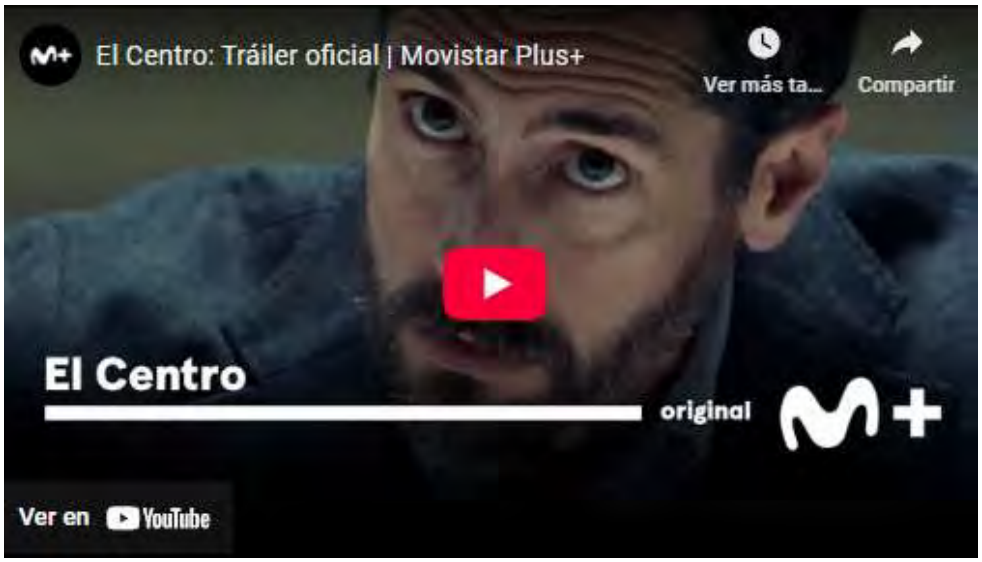
Amazon Prime Video lanza Dime tu nombre con Michelle Jenner, un proyecto que avanzó verTele en exclusiva, y Sin gluten con Diego Martín, adelantándose a RTVE al ponerle fecha de estreno. La producción española sigue mostrando un amplio abanico de temáticas que las plataformas ofrecen al público.

A nivel internacional destacan la tercera temporada de la antología Monstruo, que esta vez cuenta la historia de Ed Gein; la docuserie de Victoria Beckham tras todo lo que dio de hablar la de su marido David; y un drama de quilates como Pequeños desastres, que lleva al límite a Diane Kruger en HBO Max. Aunque tampoco conviene perder de vista a El camorrista, la serie jamás mostrada de Giuseppe Tornatore; a Lazarus, miniserie de terror creada por Harlan Coben, o a IT: Bienvenidos a Derry, basada en la novela de Stephen King escrita en 1986.

A continuación repasamos todos los lanzamientos de ficción que se producirán a lo largo de octubre en plataformas como Netflix, Amazon Prime Video, Movistar Plus+, Disney+, Atresplayer, HBO Max, SkyShowtime, Apple TV+ y Filmin, incluyendo estrenos de nuevas series y temporadas inéditas de producciones ya consolidadas.

Las 13 series más destacadas de octubre de 2025:

'El Centro' – (Movistar Plus+, 9 octubre)



Así es la serie: Ambientada en la actualidad, pero con ecos de la Guerra Fría, El Centro es un thriller de espionaje que se adentra en el desconocido universo del Centro Nacional de Inteligencia (CNI). La trama arranca con un asesinato que destapa una operación internacional de los servicios de Inteligencia rusos y lleva a los miembros del CNI a una carrera contrarreloj para desmantelarla, al mismo tiempo que intentan descubrir a un traidor entre sus filas.

Por qué destaca: Con la dirección de David Ulloa, El centro sobresale como thriller de espionaje que deja paso al drama. El reparto, encabezado por Juan Diego Botto, Elena Martín Gimeno, Elisabet Casanovas, Clara Segura y Tristán Ulloa, se presta a transmitir esa tensión constante y ritmo trepidante de una historia que se adentra en una institución fundamental para nuestra democracia como es el Centro Nacional de Inteligencia.

Todas las series españolas que llegan este mes de octubre

Por J Vallejo 1 octubre, 2025

Octubre llega con una oferta diversa de ficción española en todas las plataformas: comedias, thrillers, dramas médicos, terror y retratos generacionales.



Netflix, Prime Video, Disney+, Movistar Plus+, Atresplayer y SkyShowtime presentan estrenos que van desde la segunda temporada de 'Respira' hasta la esperada 'La ruta. Vol. 2: Ibiza'.

Entre las novedades destacan 'La suerte', la comedia taurina de Paco Plaza; 'Entrepreneurs', con el dúo Pantomima Full; 'Animal', primera serie protagonizada por Luis Zahera; y 'Dime tu nombre', terror rural con Michelle Jenner. También sobresale 'Nails', de SkyShowtime, que convierte un salón de uñas en espacio de sororidad y rebeldía.

'Zoomers' (Prime Video, 3 de octubre)

'Zoomers' se adentra en la vida universitaria desde la mirada de Javi, un chico de 18 años que llega a un Colegio Mayor en Salamanca tras una pérdida reciente.

Entre clases, fiestas y primeras responsabilidades, el protagonista intenta recomponerse mientras aprende a convivir con otros jóvenes que también cargan con sus propias inseguridades y sueños.

Biel Rossell encarna a Javi con una mezcla de vulnerabilidad y humor. Le acompañan Azul Guaita como Martina y Berta Castañé como Lorena, dos presencias clave en su proceso de adaptación. El reparto lo completan Itziar Atienza (Marcela), Adrián Luque (Edu), Cosmo González (Andrés), João Bettencourt (João), Rubén Fernández (Dani), Luna Bengoechea (Carla) y Héctor de Miguel (Fernando), componiendo un mosaico generacional variado y reconocible.

La serie está dirigida por Óscar Pedraza y creada por Federico Mayorca y Guille Van Dreï. Con seis episodios de unos 30 minutos, se mueve ágil entre el drama y la comedia negra. Es una coproducción de Dynamo España con RCN Televisión, rodada en localizaciones reales de Salamanca para reforzar el ambiente universitario y el choque entre la libertad recién estrenada y la presión por "ser alguien".

Además del retrato emocional, 'Zoomers' incorpora la cultura digital en su lenguaje: desde memes hasta la hiperconexión, pasando por la ansiedad de la exposición constante. Prime Video la enmarca en su estrategia young adult en español, buscando conectar con público de España y Latinoamérica a través de un tono directo, referencias pop y una banda sonora muy actual.

'Animal' (Netflix, 3 de octubre)

Comedia de choque generacional: Antón, veterinario rural gallego, se traslada a la ciudad para trabajar con su sobrina Uxía en una tienda-clínica de mascotas. Lo que para él es "poner un vendaje a una vaca", en la urbe se convierte en lidiar con bulldogs con ansiedad, hámsteres influencers y dueños que tratan a sus animales como hijos.

Luis Zahera se luce como protagonista con su vis cómica y su aura de tipo recio fuera de lugar. Lucía Caraballo es Uxía, emprendedora y paciente hasta que no lo es. Completan el elenco Carmen Ruiz, Antonio Durán "Morris" (Vicente) y Raquel Nogueira (Ángela), piezas de un ecosistema donde cada cliente es una historia y cada mascota, un dilema.

Dirigen Alberto de Toro y Víctor García León, que también firma el guion junto a un equipo joven. Producida por Alea Media, la serie tiene seis episodios y se rueda en Galicia, combinando paisajes rurales con una ciudad que bien podría ser Santiago. El contraste visual subraya el viaje de Antón: del barro al escaparate luminoso y a los snacks gourmet para perros.

‘Animal’ explota el humor costumbrista con mirada actual: redes sociales, “pet parents”, veterinaria como negocio y límites del cariño en clave de sátira cercana. Zahera, en su primera gran serie como protagonista, es el principal reclamo de una comedia con corazón y retranca.

‘Nails’ (SkyShowtime, 6 de octubre)

‘Nails’ es una comedia dramática española creada, escrita y dirigida por Araceli Álvarez de Sotomayor para SkyShowtime. La serie, producida por Federation Spain en colaboración con Telemundo Studios, se estrena el 6 de octubre de 2025 en España.

La trama gira en torno a Lina, Vanessa, Irene y Marilís, mujeres de distintas edades y contextos sociales que coinciden en un salón de manicura. Lo que empieza siendo una cita rutinaria se convierte en un espacio de confidencias y complicidades. Poco a poco, dan forma a un grupo llamado “El Club de las Mujeres Libres”, en el que se apoyan para desafiar los roles impuestos, enfrentarse a sus miedos y sacudir las estructuras familiares y sociales que las condicionan.

El reparto principal está encabezado por Cristina Castaño, Marimar Vega, Gracia Olayo y Teresa Cuesta. Junto a ellas aparecen Fernando Tejero, Javier Antón, Juanjo Cucalón y Raúl Mérida, que aportan matices cómicos y dramáticos a las tramas secundarias.

La primera temporada consta de ocho episodios de media hora. Su estreno mundial se celebró en el South International Series Festival de Cádiz 2025, como muestra de la apuesta de SkyShowtime por impulsar la ficción española con sello propio.

El rodaje se desarrolló en distintas localizaciones de Madrid y Bilbao, alternando escenarios urbanos modernos con rincones costumbristas. Esta mezcla refuerza el tono de la serie: una historia contemporánea, divertida y crítica, donde las uñas son solo la excusa para hablar de lo que realmente importa en la vida de sus protagonistas.

La Suerte. Una serie de casualidades (Disney+, 8 de octubre)

David, un joven opositor que trabaja como taxista ocasional, entabla una inesperada amistad con el Maestro, un legendario torero en horas bajas, tras salvarle la vida en una situación límite.

A raíz de ese encuentro fortuito, David se convierte en el chófer personal del veterano diestro, acompañándole en una gira por plazas de toros de toda España y viviendo juntos experiencias tan pintorescas como reveladoras. La serie explora la convivencia entre dos mundos a priori

opuestos –el de un humilde joven urbano y el de una vieja gloria del toreo– que encuentran en su amistad un refugio y un aprendizaje mutuo.

La serie está protagonizada por Ricardo Gómez en el papel de David, el tímido taxista gallego, y Óscar Jaenada como el Maestro, el torero venido a menos que busca recuperar su fortuna. Les acompañan numerosos secundarios de renombre: Carlos Bernardino, Óscar Higares (en el rol de Ramón), Pedro Bachura, Jason Fernández (Juanlu), Óscar Reyes, Almudena Amor (Patricia), Almudena Cid (Mar), Diana Peñalver, Aria Bedmar (Susana) y Manuel Morón, entre otros.

En la producción destaca el giro creativo de Paco Plaza (director conocido por el terror en REC) hacia la comedia: junto a Pablo Guerrero, Plaza dirige La Suerte con un total de seis episodios producidos por Boomerang TV. El rodaje, concebido como una auténtica road movie, abarcó más de 6.000 kilómetros y se llevó a cabo en 59 localizaciones distintas. Entre ellas figuran emblemáticas plazas de toros como Las Ventas (Madrid), La Malagueta (Málaga), La Misericordia (Zaragoza) o La Caprichosa (Talavera de la Reina).

La idea original surgió de una experiencia real que vivieron Plaza y Guerrero en una extravagante fiesta organizada por un torero en la suite de un hotel. La Suerte tuvo además un debut de altura: su estreno mundial se celebró en el Festival de San Sebastián 2025, proyectándose fuera de concurso ante la crítica internacional poco antes de su llegada a Disney+.

El tono de la serie, lejos de glorificar la tauromaquia, pone el foco en la amistad intergeneracional y en el choque de valores, con los creadores definiéndola como "la historia de una amistad forjada a través de un encuentro casual que termina resultando crucial en la vida de ambos".

'El centro' (Movistar Plus+, 9 de octubre)

'El centro' es un thriller de espionaje que se mete en las entrañas del CNI a raíz de un asesinato que revela una operación rusa en territorio español. Un equipo de contrainteligencia debe frenar la amenaza mientras sospecha de un topo interno, equilibrando paranoia, lealtades y el desgaste de vivir en silencio.



Juan Diego Botto lidera el reparto como Vicente "Michelín" Alfaro, un veterano curtido y cansado, con una humanidad que atraviesa el arquetipo del espía. Le acompañan Clara Segura, Israel Elejalde, Elena Martín Gimeno, Elisabet Casanovas, Tristán Ulloa, David Lorente y Nacho Sánchez, representando perfiles de campo, analistas y mandos con vidas privadas que chocan con la clandestinidad.

Creada por David Moreno y dirigida por David Ulloa, la serie (seis episodios) es una producción Movistar Plus+ con Fonte Films. Destaca por su documentación: jerga, protocolos y métodos de trabajo buscan realismo sin artificios, alejándose del glamour para mostrar tápers, dolores de espalda y burocracia… junto a decisiones que pueden cambiar un país.



La puesta en escena opta por un tono sobrio, tensión sostenida y acción puntual muy medida. Madrid es el tablero principal, con calles, oficinas y apartamentos que parecen corrientes… hasta que no lo son. Una rara avis en la ficción española reciente por su enfoque técnico y su mirada pegada a la actualidad geopolítica.

Entrepreneurs (Disney+, 23 de octubre)

Entrepreneurs nos sumerge en el disparatado día a día de un peculiar espacio de trabajo compartido. Gonzalo, heredero de un próspero empresario de discotecas, ve en este proyecto su última oportunidad para montar un negocio exitoso.

Desesperado por una idea, se alía con Jacobo, un autoproclamado gurú del emprendimiento rebosante de ocurrencias cuestionables. Juntos deciden fundar un coworking llamado "No Comfort Zone", pensado para albergar a otros emprendedores soñadores. A regañadientes se une Julia, la sensata hermana de Gonzalo, enviada por su padre para vigilar que el negocio no descarrile.

La serie está creada, escrita y encabezada por el dúo cómico Pantomima Full. Rober Bodegas da vida al ingenuo Gonzalo y Alberto Casado al estrafalario Jacobo. A su lado brilla Aura Garrido como Julia, la agente de control encargada de mantener los pies en la tierra. Completan el reparto Gonzalo de Castro, Victoria Martín, Luis Bermejo, Aníbal Gómez, Lalo Tenorio y Kimberley Tell, entre otros.

En el apartado técnico, Entrepreneurs cuenta con el sello de Álex de la Iglesia como productor ejecutivo. Su compañía Pokeepsie Films respaldó la serie, y el propio De la Iglesia dirige varios episodios junto a Rodrigo Ruiz Gallardón y Adolfo Martínez. Consta de seis episodios y se anunció como la primera comedia original de Disney+ realizada íntegramente en España.

La producción supone el salto de Pantomima Full desde los sketches virales a una narrativa seriada de largo formato. Han trasladado algunos de sus personajes y parodias más reconocibles al universo de Entrepreneurs, ridiculizando sin piedad las modas del emprendimiento moderno.

'La ruta. Vol. 2: Ibiza' (Atresplayer, 26 de octubre)

La segunda entrega traslada la acción a la Ibiza de 1996, con Marc Ribó como DJ residente en Amnesia en plena explosión del ocio nocturno global. Su estabilidad se tambalea cuando la isla se llena de promotores y estrellas internacionales, obligándolo a redefinir su lugar en una escena cada vez más competitiva y hedonista.

El relato alterna con una línea temporal en los 70 que muestra la Ibiza hippie de los padres de Marc, poco antes del accidente del Caravelle de 1972. Este juego de espejos permite comparar ideales, excesos y heridas de dos generaciones, conectadas por la misma isla y por decisiones que marcan a los hijos.

Àlex Monner redobla el reto interpretativo al dar vida a Marc y a su padre Manuel. Se incorporan Carla Díaz como Vicky, un vínculo emocional en la Ibiza del 96, además de Marina Salas, Irene Escolar, Lucía Martín-Abelló, Fernando Delgado-Hierro y Fernanda Orazzi. Reaparecen rostros de la primera temporada para mantener continuidad con el universo de 'la ruta'.

Producida por Atresplayer con Caballo Films, dirigida por Borja Soler y con seis episodios, la temporada rueda en Baleares y Comunidad Valenciana, entre discotecas míticas y calas. Mantiene la cuidada reconstrucción musical: del bakalao valenciano se pasa a los ritmos electrónicos ibicencos, con una puesta en escena que mezcla nostalgia, euforia y resaca emocional.

'Dime tu nombre' (Prime Video, 31 de octubre)

Terror con raíz social ambientado en la España de 1997. En Río Blanco, pueblo fresero, la llegada de temporeros marroquíes a la abandonada Fuensanta destapa prejuicios dormidos. Mientras una ONG y las autoridades religiosas intentan mediar, algo antiguo despierta bajo la aldea: un mal que no entiende de credos y que convierte el miedo en lenguaje común.

Michelle Jenner interpreta a Sonia, joven mediadora que se resiste a que la comunidad se rompa. Darío Grandinetti es el padre Ángel, un cura enfrentado a dudas de fe. Younes Bouab encarna a Safir, imán que protege a su gente. Se suman Raúl Arévalo, Elena Rivera, Carla Quílez, Ramón Barea, Ramón Langa y un amplio reparto que refleja el choque (y los puentes) entre dos mundos.

Creada por Alejandro Hernández, Hugo Stuven y César de Nicolás, con dirección de Stuven, la serie consta de seis episodios y nace de la alianza entre la española Espotlight Media y Skybound Entertainment. La mezcla de leyenda local, trauma histórico y tensiones de convivencia dota al relato de un pulso inquietante que va más allá del susto fácil.

Prime Video la estrena en Halloween y apuesta por un terror atmosférico: pueblos vacíos, silencios largos, símbolos religiosos cruzados y una amenaza soterrada que obliga a colaborar a quienes apenas se toleran. El resultado busca calar por la vía del misterio y la metáfora social, con imágenes que se quedan pegadas a la retina.

Respira – Temporada 2 (Netflix, 31 de octubre)

La serie Respira regresa con su segunda temporada para continuar el intenso drama médico ambientado en el Hospital Joaquín Sorolla de Valencia.

En su primera entrega, la llegada de una paciente influyente desencadenó una huelga sanitaria que puso al límite al personal del hospital. Ahora, los nuevos episodios seguirán ahondando en dilemas éticos, tensiones políticas y vínculos personales.

El elenco principal incluye a Najwa Nimri, Aitana Sánchez-Gijón, Blanca Suárez, Manu Ríos, Borja Luna y Alfonso Bassave. Esta temporada se suma Pablo Alborán en su debut como actor.

Creada por Carlos Montero y producida por El Desorden Crea para Netflix, la serie se rodó en escenarios reales de Madrid y Valencia, manteniendo el formato de ocho episodios. La primera temporada acumuló 16,2 millones de visualizaciones globales y se mantuvo 52 días en el Top 10 de series más vistas en España.

Alfa y Omega

2 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 30
AVE: 27648 €
ÁREA: 239 CM² - 52%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: CULTURA





ROSA DIE
Periodista
y crítica de cine

BTEAM PICTURES



El desierto de Marruecos es el escenario de las fiestas *rave* en las que la cinta pone el foco.

CINE / SIRAT

¿Es esta la mejor elección para los Óscar?

Hubiera sido precioso que *Sorda* se hubiera clasificado para representar a nuestro país en los Óscar, por ser un homenaje a la inclusión, la diversidad y la creatividad arriesgada. Pero hay que reconocer que *Sirat*, elegida para optar a mejor película extranjera en los premios de Hollywood, reúne muchas papeletas para competir por la estatuilla, teniendo en cuenta la estela que ha dejado tras su paso por Cannes y el éxito que ha tenido en taquilla, causando polémica entre el público con reacciones positivas y negativas por igual.

Su director, Oliver Laxe, es el único cineasta español premiado en todas sus participaciones en el Festival de Cannes. Ha presentado en dicho certamen sus cuatro películas: Antes de ganar con *Sirat* el Premio del Jurado, *O que arde* logró el Premio del Jurado de la sección Un Certain Regard; *Mimosas* el Gran Premio de la Semana de la Crítica y *Todos vós sodes capitáns*, su primera película, le valió el Premio FIPRESCI de la Quincena de Realizadores.

Que la cinta tiene bastante allanado el camino para triunfar en los galardones de la Academia estadounidense es un hecho: *Sirat* es una película original producida en colaboración con El Deseo, la productora de Agustín y Pedro Almodóvar, de la mano de la productora recién premiada en San Sebastián Esther García; los tres bien relacionados en Hollywood y con experiencia en este ámbito. Además, ha sido adquirida por Neon, la distribuidora que apoyó a las ganadoras a Mejor Película en los Óscar *Parásitos* y *Anora*.

Aunque la película en sí misma ya es una intensa obra de suspense que brilla por su inquietante y sugerente guion (aunque también con lugar a inconcreciones), la eficacia y el magnetismo de sus imágenes y el misticismo de la música y de sus personajes, lo cierto es que, en este caso, las declaraciones del afamado realizador han trascendido en medios de comunicación y redes sociales a un nivel tal que casi ha generado que el debate se centre más en su discurso que en la valoración estrictamente cinematográfica de su cinta.

El ecléctico cineasta reflexiona sobre la incondicionalidad de la muerte para todos por igual, reivindica el estilo de vida que muchas personas eligen de espaldas al sistema capitalista que —en términos generales— rige nuestro mundo. Laxe subraya la radicalidad de la coherencia de sus amigos *raveros*; es decir, que han hecho de las multitudinarias fiestas *rave* su modo de vida. En las que se celebran en el desierto de Marruecos se presentan Luis (Sergi López) y su hijo Esteban (Bruño Núñez) buscando a su hija y hermana, desaparecida. Pero también muestra la imposibilidad de escapar a la realidad: la guerra y los conflictos geopolíticos nos afectan a todos. Así, el cineasta gallego señala que «ninguno somos completamente libres», como ha repetido hasta la saciedad y como deja ver en los protagonistas desertores de *Sirat*. Tendremos que esperar al 16 de marzo para descubrir cómo reciben la película en la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas. ●



Sirat
Director: Oliver Laxe
País: España
Año: 2025
Género: Drama
Público: +16

Granada Hoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 14
AVE: 1104 €
ÁREA: 49 CM² - 22%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1214
OTS: 22000
SECCIÓN: ACTUAL

2 Octubre, 2025



Los Javis ruedan en el Carmen de los Mártires 'La bola negra', su película sobre Lorca

El equipo se traslada hoy a la Plaza de Santa Ana, el primer espacio público de su estancia en Granada

B. RICO

La bola negra, la nueva película de Javier Ambrossi y Javier Calvo, Los Javis, se rueda estos días en Granada, donde un equipo integrado por más de un centenar de profesionales grabó ayer en escenarios emblemáticos como el Carmen de los Mártires. En los jardines y exteriores de este palacete del siglo XIX se centra el rodaje de esta cinta inspirada en la obra de García Lorca, lo que obligaba a los turistas a darse la vuelta al llegar al turístico enclave. Continúa así la grabación que recorre otros puntos de la ciudad, como la céntrica Plaza Nueva.

EL JUEVES

Este enclave, que permanece vallado desde el martes y al que según fuentes cercanas al rodaje informaron que se trasladará el equipo hoy, fue el primero en atraer la atención sobre la actividad del equipo en la provincia. La esperada película de Los Javis, que arrancó el 25 de agosto, se rodará por primera vez en un espacio público en Granada, por lo que se espera más expectación de público y un encuentro concertado con los medios.

Este miércoles el acceso al Carmen de los Mártires fue cerrado al público para evitar interrupciones en la grabación de la película, que ha sido escrita, dirigida y producida por Javier Calvo y Javier Ambrossi y cuyo reparto encabezan Guitarricadelafuente, Miguel Bernardeau, Carlos González, Lola Dueñas y Penélope Cruz.



FRANCISCO NEYRA/ PICWILD

Varios de los vehículos del equipo en la puerta del Carmen de los Mártires.

EL ESPAÑOL
BLUPER



Silvia Alonso en 'La caza. Irati'. Movistar Plus+

BLUPER

Silvia Alonso y el desafío de sumergirse en un personaje para 'La caza. Irati' sin saber demasiado: "Da mucho vértigo"

- BLUPER charla con la actriz de la serie de Movistar Plus+, que se incorpora al elenco principal en la cuarta temporada.

Maica Vanaclocha 2 octubre 2025

Silvia Alonso se ha sumergido en la selva de Irati para la nueva temporada de La caza, acompañando a su gran amiga Megan Montaner y a Félix Gómez. Encarna al personaje de Gloria Mencía, una nueva inspectora del equipo de la UCO que llega a la zona para vislumbrar luz en medio de la tragedia.

La actriz, ilusionada por formar parte de la serie, revela en la charla con BLUPER que su llegada no fue casualidad, ya que había visitado rodajes anteriores por su amistad con la protagonista del thriller. “Estuve a punto de estar en la serie antes, pero por fechas y proyectos distintos no pudo ser. Por eso estoy tan contenta de haberme incorporado ahora, yo era fan”, afirma.

El enclave natural era esencial para conseguir crear la magia en la cuarta temporada. Un lugar que ha ayudado al elenco a entrar en el papel: “Nunca he estado tan feliz en un rodaje fuera de casa. Estaba en medio de la montaña, abría la ventana y veía vacas, salía para hacer rutas sola por la sierra, que siempre me ha aterrorizado. Para mí, eso era un sueño”.

Además, Silvia confiesa que “tengo en mi percepción mucho contraste entre esa selva que se ve en la serie, fantasmagórica y que da un poco de miedo, y mi sensación que era todo lo contrario”. Las condiciones extremas de rodaje, lejos de asustarla, consiguieron alentarla más: “Había unas inclemencias loquísimas: un viento que daba miedo, lluvia, niebla... pero estaba feliz”.

Sobre el reto de interpretar a Gloria Mencía, la actriz bromea con su afán como “defensora de la justicia” en la ficción: “He sido Guardia Civil, militar, policía, Guardia Civil otra vez…tenemos cara de justicia". Aun así, su incorporación como parte del elenco principal ha supuesto un nuevo desafío en su carrera.



Alonso desvela que la integración fue “muy rápida y eso siempre da mucho vértigo” al tratar de poner todo el ímpetu en un personaje nuevo que hay que construir desde cero. Sus compañeros han sido fundamentales: "Sentí que me acogían muy rápido y que todo era bastante fácil, pero lo más complicado fue que tuve poco tiempo para preparármelo porque venía de otro proyecto”.

Y, además de esa dificultad, añade que lo peor fue “el frío, porque tiritaba muchísimo, me contraigo viva, me quedo así y ya no puedo hablar”. “Ha habido días que han sido realmente difíciles, pero luego el resto ha sido una delicia”, revela.

> *"El creador sabe muchas cosas sobre nuestro personaje que a nosotros no nos cuenta"*

Si algo llama la atención de su personaje son las capas y secretos que oculta, forma parte de un misterio que ni ella misma puede resolver: “Nadie sabe si su personaje será principal sospechoso o qué le deparará el futuro, ni siquiera yo. Agustín, el creador, sabe muchas cosas sobre nuestro personaje que a nosotros no nos cuenta. Todo puede pasar, ojalá mi personaje viva cosas locas”.

“Ese misterio es uno de los grandes motores de la serie, y obliga a inventar incluso el pasado de tu personaje e imaginar cómo podría evolucionar”, cuenta con entusiasmo.



Félix Gómez y Silvia Alonso en 'La Caza. Irati'. Movistar Plus+

Acerca del género del thriller, Alonso comenta que se trata de "jugar" y considera que es "súper agradecido, que te pongan una buena música, que te pongan una buena cámara lenta. Son situaciones normalmente tan alejadas además de la realidad que es muy divertido, a mí me parece muy divertido”.

Silvia Alonso, que se declara seguidora de títulos como Silo, Rapa o Hierro, concluye dejando claro que su experiencia en la montaña de Irati marca una etapa feliz de su carrera. Los creadores de la serie apuestan fuerte por cada temporada, y la actriz afirma que, mientras la historia y las condiciones acompañen, siempre tendrá ganas de volver.

> *"Sin un buen ambiente de trabajo y sin conexión con el equipo, lo demás no vale tanto. Aquí han conseguido las dos cosas"*

“Puedes tener una historia increíble, pero sin un buen ambiente de trabajo y sin conexión con el equipo, lo demás no vale tanto. Aquí han logrado las dos cosas”, concluye.

TBS seguirá al frente de la producción de la ACB durante cinco años más



ACB ha extendido la alianza tecnológica que le une a TBS (Tech Brand Stories) a los próximos cinco años, lo que llevará a la empresa de Telefónica a seguir ofreciendo la producción y el videoarbitraje de la Liga Endesa, la Copa del Rey y la Supercopa Endesa.

La colaboración entre ambas empresas consolida una colaboración estratégica de más de 10 años que ha permitido a las competiciones de baloncesto ocupar un papel destacado en el panorama deportivo europeo. Tecnología, creatividad e innovación son los pilares de la alianza entre ambas empresas, la cual seguirá desarrollándose a corto plazo con las frecuentes novedades técnicas que suelen acompañar a las competiciones.

TBS (Tech Brand Stories) seguirá firmando la producción audiovisual y la tecnología de videoarbitraje (instant replay) de cada una de las competiciones de la ACB, incluyendo Liga Endesa, Copa del Rey y la Supercopa Endesa. "El acuerdo garantiza la continuidad de un modelo que combina tecnología de vanguardia con una narrativa audiovisual diseñada para acercar todavía más el espectáculo del baloncesto a los aficionados", ha remarcado la proveedora técnica.

Por REDACCION • 1 Oct, 2025

La Ligue 1 sólo repartirá 142 millones entre sus clubes tras la apuesta por una OTT propia

La liga francesa concederá 30,1 millones de euros al campeón y 3,72 millones al último clasificado. La OTT superó el millón de suscriptores en septiembre lo que le ha permitido generar 158 millones de euros.



Olympique Lyon

2Playbook 1 de octubre de 2025

La Ligue 1 ya ha hecho los cálculos del reparto audiovisual para los clubes a partir de la cifra de suscriptores a su OTT. La competición ingresará 158 millones de euros por esta vía después de que Ligue 1+ superase el millón de suscriptores en septiembre, por encima del objetivo inicial. Tras los pagos por las comisiones a los distribuidores, la cifra a repartir será de alrededor de 142 millones de euros, según ha informado L'Équipe.

La cifra prácticamente duplica los 80,4 millones que tenía en sus previsiones iniciales. Esto supone que el campeón de la liga francesa percibirá 30,1 millones de euros, por los 3,72 millones de euros que recibirá el colista. En la Ligue 2, se espera que el mejor clasificado reciba 1,83 millones de euros y el último, 1,19 millones.

Pero estos ingresos ni se acercan a los ingresos garantizados por las plataformas y compañías de telecomunicaciones que invierten en derechos audiovisuales deportivos. Ligue 1+ está obteniendo ingresos extra con la sublicencia del canal a OTTs y telecos como Dazn, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom y Prime Video, entre otras.

De las compañías relevantes, sólo destaca la ausencia de Canal+, socio histórico del fútbol francés que sigue en una guerra encarnizada con la LFP, con la que está enemistada desde que, justo antes de la pandemia, perdiera los derechos de la Ligue 1 en favor de Mediapro. Venía siendo la televisión de la liga francesa desde 1984.

La abrupta salida del grupo catalán, que había realizado una fuerte apuesta, poniendo sobre la mesa 1.153 millones de euros anuales, un 60% más respecto al ciclo anterior, dio inicio a una grave crisis que todavía hoy sigue activa. La LFP se negó a renegociar con Mediapro las condiciones del contrato, toda vez que la pandemia minó todo el plan de captación de suscriptores y negocio que había elaborado la compañía barcelonesa.

Esta temporada, sólo 3 millones por televisión

Desde la salida de Mediapro, los derechos se han hundido sobremanera, tal y como detalló recientemente en un comunicado el Angers SCO: "Desde hace dos temporadas, todo el fútbol francés atraviesa una crisis económica sin precedentes. Si bien el Angers SCO debería haber recibido 19 millones de euros en derechos de retransmisión en la temporada 2024-2025, el club solo recibió 7 millones. Esta temporada, los ingresos por televisión ascenderán a tan sólo 3 millones de euros. Estas diferencias representan un déficit acumulado de casi 30 millones de euros en dos ejercicios fiscales, que sólo puede compensarse mediante la venta de jugadores para mantener el equilibrio presupuestario y financiero".

PALCO23

COMPETICIONES

La Ligue 1 repartirá 142 millones entre los clubes en 25-26 gracias al éxito de su OTT

La LFP había adoptado una posición prudentemente conservadora al elaborar su “guía de reparto” de ingresos, dejando fuera las posibles ganancias extras de la plataforma de streaming Ligue 1+ para no comprometer sus cuentas.



Palco23 1 oct 2025 - 15:00

Buen arranque de temporada para Ligue 1+. Los buenos resultados de la plataforma Ligue 1+ han permitido incrementar ligeramente los ingresos por derechos televisivos destinados a los clubes franceses. La Liga de Fútbol Profesional (LFP) revisó al alza la distribución inicial de estos ingresos tras comprobar que la captación de suscriptores fue mayor de lo previsto.

Originalmente, la LFP había adoptado una posición prudentemente conservadora al elaborar su “guía de reparto” de ingresos, dejando fuera las posibles ganancias extras de Ligue 1+ para no comprometer sus cuentas. No obstante, el crecimiento real del número de abonados permite ahora incorporar ingresos adicionales a la fórmula de reparto.

El documento interno presentado a los clubes estima que Ligue 1+ generará unos 142 millones de euros en ingresos netos, tras descontar comisiones para los distribuidores. En consecuencia, el club mejor clasificado podría recibir hasta 15,66 millones de euros extra, mientras que los ingresos del equipo peor posicionado también mejoran de forma significativa, pasando de 1,44 a 2,28 millones adicionales.

El mejor club clasificado podría recibir hasta 15,66 millones de euros extra

En la Ligue 2, los beneficios indirectos también son notables: el equipo que encabece la categoría aumenta su previsión de 742.000 euros a 1,83 millones, y el último clasificado ve su asignación subir de 483.000 a 1,19 millones. Esta mejora ayuda a aliviar la presión financiera sobre clubes con menor capacidad de generación de ingresos por sí solos.

Sin embargo, estos incrementos no compensan completamente la caída que han sufrido los derechos domésticos. Por ejemplo, el campeón de la temporada 2025-26 recibirá unos 12 millones por derechos nacionales, frente a los 19 millones del año anterior, mientras que los clubes con participación en competiciones internacionales podrán recurrir a esos ingresos exteriores para compensar la pérdida.

El objetivo final de la LFP es alcanzar 1,15 millones de abonados para la plataforma Ligue 1+ en el transcurso de la temporada. Con la cifra actual cercana a ese umbral, el potencial crecimiento de la audiencia podría traducirse en nuevos ingresos adicionales que beneficiarían aún más la distribución entre clubes.

2Playbook

El arma de doble filo de jugar en Europa: riesgos y ventajas de los millones de UEFA

Jugar la Champions League aporta un mínimo de 50 millones, casi tanto como factura un club de la zona baja de LaLiga. Los pagos UEFA equivalen al 9% de los ingresos totales. Un dinero que, eso sí, no asegura beneficio; en algunos casos, todo lo contrario.



Villarreal CF

Jabier Izquierdo 2 de octubre de 2025

Jugar en Europa es uno de los objetivos más deseados por la amplia mayoría de clubes de LaLiga EA Sports. En una competición donde el título se lo reparten dos equipos, con alguna salvedad, la pelea por las plazas continentales es cada temporada uno de los grandes atractivos de las últimas jornadas de Primera División. Un premio que se exprime o se envenena según cómo se gestione. Jugar la Champions League supone ingresar un mínimo de 50 millones de euros para un equipo español, casi tanto como factura por su negocio ordinario un club de la zona baja de la segunda liga más poderosa de Europa.

Actualmente, ya casi uno de cada diez euros que ingresan los clubes de LaLiga proceden de la UEFA. En 2023-2024, estos pagos alcanzaron los 456,4 millones de euros, un 20% más interanual y la segunda cifra más alta de siempre, sólo superada por los 464 millones de 2021-2022; en ambos casos, el Real Madrid levantó la Champions League. Se espera que este montante vuelva a superarse esta campaña, si no lo hizo ya en la anterior, gracias al mayor bote que repartirá la UEFA en este nuevo ciclo, que incluye cambio de formato en sus principales competiciones. En 2025-2026, y por primera vez, se distribuirán más de 4.000 millones de euros entre los clubes participantes en los torneos continentales.

¿Ventaja competitiva o riesgo latente?

Esta es la gran cuestión. Jugar en Europa supone una ventaja indudable en todos los aspectos de negocio, deportivos y sociales. El extra de ingresos va desde los 10 millones que se pueden obtener fácilmente con la Conference League –sólo hace falta pasar a octavos de la tercera categoría europea– a los más de 100 millones que Real Madrid y Barça se garantizaron el año pasado con su participación en Champions League.

Curiosamente, el Rayo tendrá mayor impacto que blancos y azulgranas por este hecho, ya que el equipo de Vallecas lleva años con su cifra de negocio congelada en 55 millones de euros, según datos extraídos de Intelligence 2P, la unidad de estrategia e inteligencia de mercado de 2Playbook. Para el club que preside Raúl Martín Presa, una buena Conference puede elevar hasta un 20% su facturación y subir un escalón en el ranking de negocio de LaLiga.

Sin embargo, este premio europeo puede acabar resultando venenoso. Y es que, si un club decide destinar buena parte de ese dinero a incrementar el gasto, principalmente, en plantilla deportiva, corre el riesgo de que no se repita la clasificación y los contratos firmados supongan una losa en los siguientes años. Esto es lo que les ha sucedido, en resumidas cuentas, al Sevilla FC y al Granada CF. Cada uno en su escalón y etapas.

El caso del club hispalense es el más mediático, en graves problemas económicos y con un límite salarial que ha tenido que rebajar con urgencia tras sufrir unas pérdidas de 167 millones entre 2020-2021 y 2023-2024, según datos extraídos de Intelligence 2P. La clave del roto: el fuerte aumento del gasto en fichajes y las amortizaciones asociadas que, sin grandes ventas ni plaza en Europa, suponen una losa para la economía sevillista.

Algo más extremo es el caso del Granada, que volvió a LaLiga EA Sports en 2019-2020, clasificó a Europa League la temporada siguiente –alcanzando los cuartos de final– y, en cambio, cayó a Segunda División en 2021-2022. Entre medias, una pandemia y un descenso que llegó con una masa salarial de casi 47 millones de euros, muy excedida para competir fuera de la élite. La entidad nazarí tuvo que

vender a sus mejores jugadores y acumulaba pérdidas de 6,2 millones entre 2021 y 2023. El ascenso exprés al siguiente año aminoró el golpe, pero la no permanencia deja otra vez en incógnita el futuro económico del club controlado por el holding chino DDMC.

"Cuando hay un club que juega tantos años seguidos competiciones europeas y con ello eleva mucho su presupuesto, cuando deja de competir, se ve con un tercio menos de ingresos por audiovisual. Eso luego tarda en recuperarse", recordó Javier Tebas, recientemente, en la presentación del Límite de Coste de Plantilla Deportiva (LCPD).

"Hay que buscar una solución a esta distorsión"

El presidente de la liga española reconoció que "hay que buscar una solución" con la UEFA, la ECA y el resto de actores relevantes en la gobernanza del fútbol europeo "porque se están distorsionando mucho las competiciones". Y para reforzar su mensaje, puso un ejemplo: el Young Boys suizo ingresará unos 30 millones de euros, mínimo, por la Champions League; el segundo club de su liga que más cobrará por televisión se embolsará 4 millones.

Por otro lado, la ventaja competitiva se encuentra en la cotidianidad. Es decir, repetir año tras año y, a poder ser, en la misma o mejor categoría. Es decir: lo que viene haciendo en los últimos años el propio Young Boys, el FK Bodo/Glimt noruego o el Royale Union Saint-Gilloise belga, que han aprovechado el tirón de Europa para consolidarse en la zona alta de sus ligas y ganar títulos nacionales sin ser uno de los clubes más poderosos.

En LaLiga, el impacto de los pagos UEFA fue del 9% en los ingresos de sus clubes en 2023-2024, según datos de la propia competición, en línea con ejercicios anteriores. En total, 456,4 millones de euros procedieron de las competiciones continentales, una cantidad relativamente baja respecto a los más de 5.000 millones de negocio consolidado ya por los equipos del fútbol profesional español.

Fuera de los tres transatlánticos, Real Madrid, FC Barcelona y Atlético de Madrid, para los clubes de LaLiga, competir en UEFA puede suponer desde el 27% del negocio ordinario para la Real Sociedad su gran participación en la Champions League 2023-2024 (42,8 millones) al 24% que aportó el título de la Europa League al Sevilla FC en 2019-2020 (34,6 millones) o al 27% al Villarreal CF, en su histórica Europa League de 2020-2021 (33,1 millones).

Como se apuntaba anteriormente, este extra de ingresos va aparejado a un aumento del gasto salarial: primeramente, por los bonus por objetivos, pero también por los variables en los sueldos ligados a la categoría europea en la que compita el equipo cada temporada.

¿Cómo reparte la UEFA el dinero por rendimiento deportivo en sus torneos?

En millones de euros.

Concepto	Champions League	Europa League	Conference League
Por participación en fase de liga	18,6	4,3	3,2
Por cada victoria en fase de liga	2,1	0,5	0,4
Por cada empate en fase de liga	0,7	0,2	0,1
Por cada posición en la fase de liga (el 1º recibe 36 partes)	2,0	0,1	0,0
Por finalizar en puestos del 1 al 8	2,0	0,6	0,4
Por finalizar en puestos del 9 al 16	1,0	0,3	0,2
Por participación en dieciseisavos	0,0	1,2	0,8
Por participación en octavos	11,0	1,8	1,2
Por participación en cuartos	12,5	2,5	2,5
Por participación en semifinales	15,6	4,2	2,5
Subcampeón	18,5	6,5	4,0
Campeón	25,5	13,0	7,0

Fuente: UEFA

Tabla: [illegible] · Fuente: UEFA · Creado con Datawrapper

Este fue, por ejemplo, un punto introducido por Jon Uriarte en su campaña electoral a la presidencia del Athletic Club, hoy equipo de Champions tras ser semifinalista de Europa League en 2023-2024. Por entonces, encadenaba años sin jugar en Europa y no encontraba la rentabilidad económica. "La mayor partida de gastos es de salarios de primera plantilla y cuerpo técnico. Entonces es la mayor palanca que hay que optimizar. No estamos hablando de reducción de gastos, sino que se optimice. Apostamos por variabilizar parte del gasto, implementando contratos por objetivos", explicó Uriarte a 2Playbook semanas antes de ganar los comicios.

En este sentido, algunos de los clubes habituados a ir a Europa planifican sus presupuestos y recursos a tres años vista. Este perfil de equipos distribuye el extra de ingresos vía UEFA para reforzar la plantilla durante todo el ciclo. Otros, lo consumen todo en una temporada o dos a lo sumo. Con ello, el riesgo aumenta.

Entre los que se plantean ligas y clubes, Tebas también deslizó en la presentación del LCPD que estaría a favor de que la UEFA aumente el dinero que reparte entre las ligas nacionales para evitar que se acreciente la brecha competitiva –vía presupuesto– entre los equipos que juegan en Europa y los que no. Asimismo, la Unión de Clubes Europeos (UEC), una nueva asociación de equipos y que tiene a CA Osasuna como uno de sus cofundadores, pide reservar, al menos, un 5% de los ingresos de los torneos de clubes de la UEFA para premiar a los equipos formadores que aportan talento a los grandes. En el reparto de 2023-2024, supondría unos 220 millones, que se agregarían a los 440 millones que ya reparte el regulador a los clubes que no disputan sus torneos. Son los conocidos como pagos de solidaridad.

El dinero de la Champions crece: campeones de 150 millones

Pese a ello, fuera del Big-5, cada vez son más amplias las diferencias entre el negocio que obtienen los clubes por las ligas nacionales respecto a los torneos europeos. Los equipos de Portugal son un claro ejemplo. El FC Porto acaba de publicar sus cuentas de 2024-2025, y en ellas destaca el roto que supone pasar de jugar Champions a Europa League. Los dragones pasaron de cobrar 65 millones a 17 millones de euros entre 2023-2024 y 2024-2025, un 74% menos.

Algo similar pasa en LaLiga con equipos como la Real Sociedad, Villarreal CF o Real Betis que han ido fluctuando de categorías continentales. Este año la Real no juega en Europa, sí en cambio groguets y verdiblancos. Los de Castellón se han garantizado el mínimo de 50 millones por participar y tienen opciones de, si alcanzan cotas altas, superar los 100 millones de euros. ¿El motivo? El incremento del negocio de la UEFA con sus torneos y del reparto entre los clubes, tal y como venía exigiendo la ECA en la última década. Con el nuevo ciclo, iniciado la temporada pasada, el regulador del fútbol europeo repartió 2.467 millones entre los 36 equipos participantes en 2024-2025.

Aunque todavía no se han dado las cifras de los pagos UEFA del pasado curso, sí que los cálculos apuntan a que un campeón de la Champions puede embolsarse ya más de 150 millones de euros. Cifras que, salvo en la Premier League y el dúo Barça-Madrid, superan los ingresos que reciben los clubes de sus ligas nacionales. El Real Madrid facturó 138,8 millones por ganar invicto el torneo en 2023-2024. Ahora este importe sería mayor. Además, también han crecido los pagos de la Supercopa, que garantiza cuatro millones a cada finalista y da un millón más al campeón.

El impulso de la Europa League para Real Betis y RC Celta

En la Europa League, el reparto entre los clubes se acerca a los 570 millones de euros, en torno al 17% de la distribución (los clubes Champions se llevan el 74%). El Real Betis y el Celta aspiran a llevarse el máximo posible de este bote esta

temporada, en la que ambos vuelven a esta competición. El primero, tras haber sido finalista de la pasada Conference League, lo que refuerza el impacto de Europa en pos del crecimiento deportivo en las ligas nacionales. Para el club gallego supone volver a soñar nueve temporadas después y en pleno acelerón de su nuevo plan estratégico, con Galicia Sports 360 y la cantera como puntos cardinales de su futuro a corto, medio y largo plazo.

Si se atiende a las cifras del curso pasado, el ejemplo a seguir para ambos es el Athletic Club, que también ha cogido el ascensor y jugará Champions este año. En su caso, los zurigorris ya se habían embolsado 20 millones sólo por prize money antes de las semifinales, donde cayeron ante el Manchester United. El campeón se embolsará más de 40 millones de euros si procede de una de las cinco grandes ligas (por los variables del value pillar, que reemplaza al market pool y al coeficiente UEFA).

El Rayo y el sueño de la Conference League

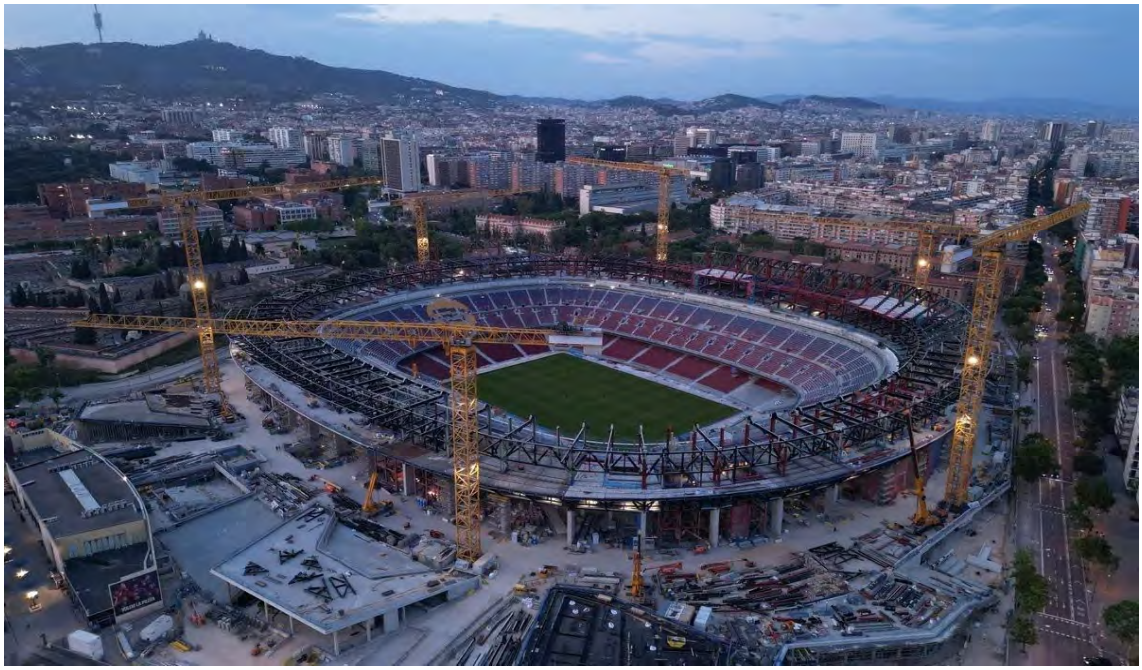
Finalmente está la Conference League, una competición creada para elevar los recursos de los clubes de ligas de tercer y cuarto nivel, equipos que muchas veces caían en las fases previas de la Champions y la Europa League. No es casualidad que esto suceda durante el actual mandato de Aleksandr Ceferin como presidente de la UEFA. El esloveno, expresidente de su federación nacional, ha abogado desde su llegada a sumar mercados y países a los torneos continentales.

Esta temporada, el Rayo Vallecano será el representante español. Para el equipo madrileño supone un premio en todos los aspectos. Además de la visibilidad internacional y el potencial de crecimiento como marca, el Rayo podría sumar, sin demasiadas complicaciones, cerca de diez millones de euros a un negocio ordinario que se ha mantenido estable en 55 millones de euros en los últimos años, según datos extraídos de Intelligence 2P. En total, la Conference repartirá 285 millones entre los clubes. Unos 20 millones de euros son para el campeón.

2Playbook

El Barça pierde 17 millones en 2024-2025 y confía en volver a beneficios con el Spotify Camp Nou

El club de LaLiga ha aprobado el cierre del pasado ejercicio, que la junta directiva considera que habría sido positivo en 2 millones de no ser por costes extraordinarios. Con la reapertura del estadio, se espera volver a beneficios en 2025-2026.



2Playbook 30 de septiembre de 2025

El FC Barcelona continúa asumiendo el impacto de no disponer del Spotify Camp Nou. La junta directiva ha aprobado las cuentas de 2024-2025, que arrojan unas pérdidas de 17 millones de euros. De no ser por una serie de costes extraordinarios -no se especifica cuáles-, el equipo de gobierno de Joan Laporta asegura que habría logrado un beneficio ordinario de 2 millones.

De momento, tampoco se ha precisado en qué cifra se situó la facturación del pasado ejercicio. Según el plan inicial, la cifra de negocio debía alcanzar los 836,1 millones de euros, ya con un regreso que en principio debía llegar en noviembre de 2024, complementados con 20 millones por la venta de futbolistas. El resultado consolidado se esperaba que fuese de 5 millones de euros.

Pese a que contablemente supone un nuevo ejercicio en pérdidas, la entidad sostiene en un comunicado que "con estos resultados sigue así la progresiva recuperación económica de la institución, que resulta especialmente remarcable teniendo en cuenta la limitación de ingresos debido al proceso de remodelación del nuevo Spotify Camp Nou.

El club blaugrana sostiene que las cuentas muestran que se está "alcanzando por segundo ejercicio consecutivo el principal objetivo económico del club". Éste sería el de mantener unos ingresos ordinarios, incluidas las plusvalías por traspasos, por encima de los gastos operativos, principalmente la masa salarial deportiva.

En cuanto al presente ejercicio, el Barça confía en que el beneficio neto consolidado se sitúe en 4 millones de euros. "Durante la presente temporada se prevé alcanzar nuevos récords en ingresos de patrocinio y merchandising, así como el regreso progresivo al Spotify Camp Nou", argumentan.

El detalle sobre las cuentas no se conocerá hasta los próximos días, una vez se ponga a disposición de los socios toda la documentación. La asamblea de compromisarios está prevista para el próximo 19 de octubre.

The Hollywood Reporter

BUSINESS NEWS

TV Ratings Were Undercounting Sports for Years. Not Anymore

A major shift is underway with how viewership is being counted — and football is a big beneficiary.

By Rick Porter October 1, 2025 2:25pm



Dak Prescott embraces Micah Parsons after a tie Cowboys-Packers game in overtime on September 28, 2025 in Arlington, Texas. Sam Hodde/Getty Images

A significant change to Nielsen's ratings methodology is yielding noticeable — but not massive — gains to some sports programming.

On Sept. 1, Nielsen began rolling out its "big data plus panel" measurement for live programming, just in time for the start of the NFL season and a couple days after the college game got fully underway. In addition to its traditional panel sampling, the company is incorporating data from millions of homes with smart TVs and streaming devices in hopes of giving a more accurate picture of what viewers are watching.

Through the first few weeks of the new era, NFL and college football games are showing sizable gains over the comparable weeks a year ago, when ratings didn't regularly include the big data component. Fox Sports says its first three weekends of NFL games have averaged 22.42 million viewers, up 14 percent over its panel-only numbers in 2024. Amazon had gains of 19 and 23 percent for its first two *Thursday Night Football* telecasts. ABC/ESPN, CBS and NBC have also reported growth, as have ESPN and Fox for college football.



Some of that improvement is probably down to attractive matchups — Fox had a Super Bowl rematch in its showcase late afternoon spot on Sept. 15 — and an expansion of Nielsen's out of home measurement. But where direct comparisons are possible, it does appear that the big data addition is capturing more viewers than the previous panel-only Nielsen ratings.

NBC's two opening-weekend NFL games averaged about 22.5 million viewers in the big data plus panel measurement (along with 4 million more streaming on Peacock). Panel-only numbers put the average for the two games at 21.5 million viewers, meaning the big data inclusion shows about a million more people watching (a gain of about 5 percent).

The *Monday Night Football* opener on ABC, ESPN and ESPN2 also had about a million more viewers in the big data plus panel measurement vs. just the panel, while CBS had more modest gains of about 300,000 viewers for its first national showcase game. In college football, ESPN and its sibling networks (including ABC) are enjoying their best early-season ratings since the mid-2000s.

Amazon used big data plus panel measurement for *Thursday Night Football* last season, the only company to do so (before Sept. 1, Nielsen clients could opt into the measurement, but no one else did).

Nielsen's rollout of the new system, though long planned, also came just after the NFL criticized the company for potentially undercounting viewers.

The big data plus panel measurement spread to all Nielsen-measured programming with the official start of the 2025-26 TV season on Sept. 22. Whether it has a similar effect on comedies and dramas as it does on sports will start to become clear in a few weeks.

In conjunction with the spread of its big data plus panel ratings, Nielsen has also begun releasing weekly rankings of the most watched live sports telecasts across platforms. The top 10 for Sept. 22-28 are below.

Top 10 Live Sports Telecasts (Sept. 22-28)

Rank	Title	Outlet	Day	Viewers (000s)
1	**Sunday Night Football - Packers/Cowboys**	NBC	Sun	23,870
2	**NFL National - various teams**	CBS	Sun	23,767
6	**Monday Night Football - Lions/Ravens**	ABC/ESPN	Mon	21,939
3	**NFL Single - various teams**	Fox	Sun	17,815
4	**NFL Regional - various teams**	CBS	Sun	13,498
5	**Thursday Night Football - Seahawks/Cardinals**	Prime Video	Thurs	13,245
7	**Saturday Night College Football - Alabama/Georgia**	ABC	Sat	10,419
8	**Big Ten Saturday - Oregon/Penn State**	NBC	Sat	7,740
9	**NFLN Exclusive Game - Steelers/Vikings**	NFL Network	Sun	7,532
10	**College Football - LSU/Mississippi State**	ABC	Sat	6,690

2Playbook

La NFL ficha a un ex del Real Madrid y Amazon como director general en España

Rafa de los Santos liderará la estrategia de la liga de fútbol americano en España tras tres años como responsable de deportes de Amazon Web Services en Europa. También cuenta con experiencia en Microsoft y fue director digital del Real Madrid.



Rafa de los Santos

2Playbook 1 de octubre de 2025

La NFL sigue creciendo en España y elige responsable para liderar su estrategia de expansión en el país. Se trata de Rafael de los Santos que, tras tres años como responsable de deportes de Amazon Web Services en Europa, será el máximo responsable de la liga de fútbol americano en España, tal y como informó 2Playbook y ha anunciado la liga. De los Santos liderará el desarrollo del negocio y la expansión de la liga en España.

Esta decisión forma parte de la estrategia de internacionalización de la NFL, en la que todos los mercados cuentan con su propio director general. De los Santos se coordinará con el resto de responsables nacionales para mantener una estrategia global. De este modo, este nombramiento confirma la apuesta a largo plazo de la NFL en España y la intención de seguir jugando partidos los próximos años. El primer partido de la competición en el país se celebrará el próximo 16 de noviembre en el Santiago Bernabéu entre los Washington Commanders y los Miami Dolphins.

Además de su paso por Amazon, Rafa de los Santos tiene una amplia experiencia en la industria del deporte. Entre 2012 y 2019, fue director del área digital del Real Madrid y entre 2019 y 2022 fue director de negocio del Girondins de Burdeos. Previamente, también ejerció como responsable de desarrollo comercial y de socios de Microsoft en España.

"Con la gran tradición deportiva de España y una afición tan apasionada, no hay mejor lugar para seguir haciendo crecer el fútbol americano de manera importante", ha aegurado de los Santos.

Brett Gosper, responsable de Europa y APAC en la NFL, ha señalado que "de cara a nuestro primer partido en Madrid y más allá, Rafael desempeñará un papel crucial en nuestro éxito a largo plazo y en el crecimiento de nuestra presencia en el mercado, estableciendo nuevas formas de conectar con los aficionados -tanto nuevos como actuales-, durante todo el año",

The Hollywood Reporter

TV NEWS

Tubi to Stream Fox's Thanksgiving NFL Game

The company's free streaming outlet also simulcast the Super Bowl in February.

By Rick Porter September 30, 2025 8:14am



Amon-Ra St. Brown of the Detroit Lions

What will likely be one of Fox Sports' biggest NFL broadcasts of the season is adding another way to watch.

Tubi, Fox Corp.'s free streaming outlet, will stream the Thanksgiving game between the Detroit Lions and Green Bay Packers through a partnership with Fox Sports. The Thanksgiving matchup will be the second NFL game to live stream on Tubi, following Super Bowl LIX in February. (Fox's SVOD service, Fox One, will also carry the game.)

The Super Bowl collaboration was a successful one: Tubi's stream of the game averaged some 13.6 million viewers, the largest streaming audience to date for a Super Bowl and more than 10 percent of the game's record-breaking total viewership of 127.7 million.

Unlike some other subscription-based streamers owned by the NFL's broadcast partners (NBCUniversal's Peacock, Paramount+ and Fox One), Tubi doesn't regularly carry live games from Fox Sports. It's also the only AVOD service so far to carry an NFL game, but as the Super Bowl returns showed, the low barrier to entry for Tubi likely helped draw viewers in.

While a full package of sports rights doesn't make economic sense for a free streamer like Tubi, the outlet's chief marketing officer, Nicole Parlapiano, told The Hollywood Reporter after the Super Bowl that Tubi would look to offer some more sports programming: "Our strategy is much more where sports meets culture, and I would argue that Super Bowl is not just a sporting event, it's a cultural event," she said. "So it felt right for the Tubi viewer, because they are much more entertainment focused."

THE WALL STREET JOURNAL.
English Edition ▾ | Print Edition | Video | Audio | Latest Headlines | More ▾

BUSINESS | MEDIA

FuboTV Shareholders Approve Disney Streaming Deal

Deal gives Disney a roughly 70% stake in Fubo, whose management team will run the new venture

By **Terell Wright** Sept. 30, 2025 12:05 pm ET



Fubo and Disney struck an agreement in January, after the company sued Disney in 2024 to block Venu, a joint streaming venture between Disney's ESPN, Warner Bros.

FuboTV's shareholders approved a deal to combine its sports streaming service with Disney's Hulu + Live TV streaming service, inching it closer to completion.

The deal gives Disney a roughly 70% stake in Fubo, whose management team will run the new venture. The combined company would be the second-largest online pay-TV provider, after YouTube TV.

Fubo and Disney struck an agreement in January, after the company sued Disney in 2024 to block Venu, a joint streaming venture between Disney's ESPN, Warner Bros. Discovery and Fox Corp., alleging the agreement would prevent Fubo from carrying a small bundle of sports channels they wanted to include in a new service. Fox and The Wall Street Journal's parent, News Corp, share common ownership.

A judge granted a preliminary injunction to block Venu's launch in August 2024, stating it would harm competition. Disney, Fox and Warner also agreed to make payments to Fubo to resolve the dispute.

Under the agreement, Fubo and Hulu + Live TV will be available to consumers separately.

Together, Hulu and Fubo expect to deliver more than $6 billion in revenue, Fubo executives said to investors earlier this year.

The deal is still subject to regulatory approvals and other customary closing conditions.

Write to Terell Wright at terell.wright@wsj.com

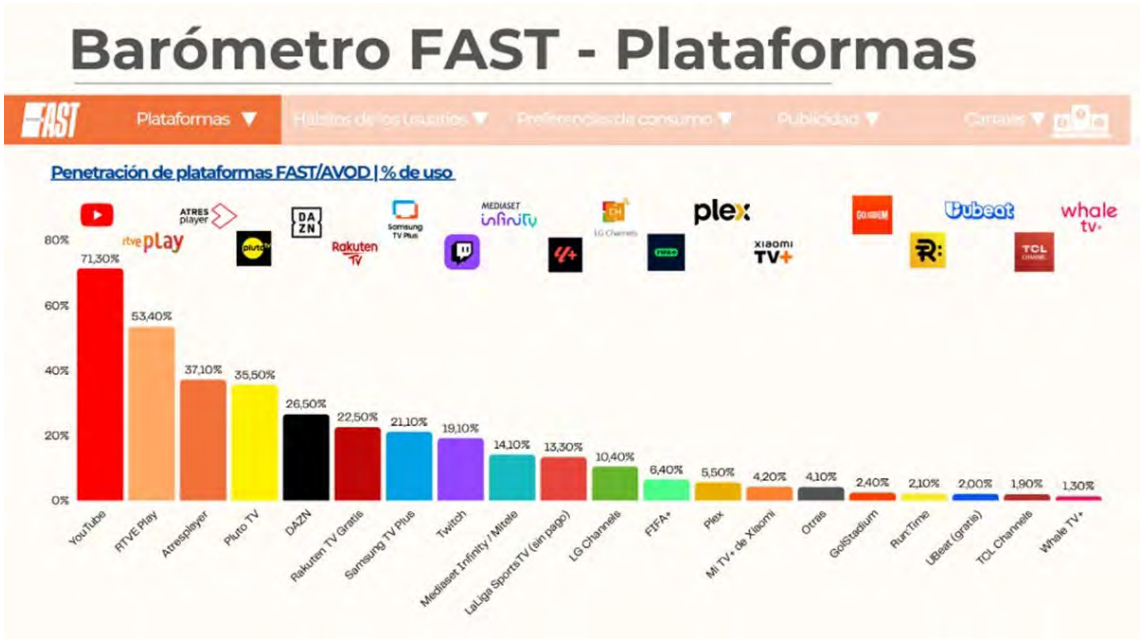
AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

GECA analiza el ecosistema español de plataformas gratuitas y canales FAST en su nuevo barómetro trimestral

Por Marco Sánchez Sequera - 1 octubre, 2025

GECA ha lanzado este martes, 30 de septiembre, su nuevo Barómetro FAST, un servicio diseñado para analizar el ecosistema de las **plataformas gratuitas** en España.

El informe cubre el consumo de **servicios gratuitos de vídeo (AVOD/FVOD) y canales FAST** como YouTube, RTVE Play, atresplayer, Pluto TV, DAZN, Rakuten TV, Samsung TV Plus, Twitch, Mediaset Infinity, LaLiga Sports TV, LG Channels o Mi TV+, entre otros.



El Barómetro FAST se ha realizado sobre **una muestra de 1.000 individuos** mayores de 18 años residentes en España y utiliza una metodología CAWI para garantizar datos
representativos y actualizados trimestralmente. El informe proporciona diversas métricas de rendimiento y análisis, abordando la **presencia de las plataformas, hábitos de consumo, preferencias de los usuarios, canales más vistos**, experiencia publicitaria, valoración de la calidad, variedad de contenidos y usabilidad, entre otras cuestiones.

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

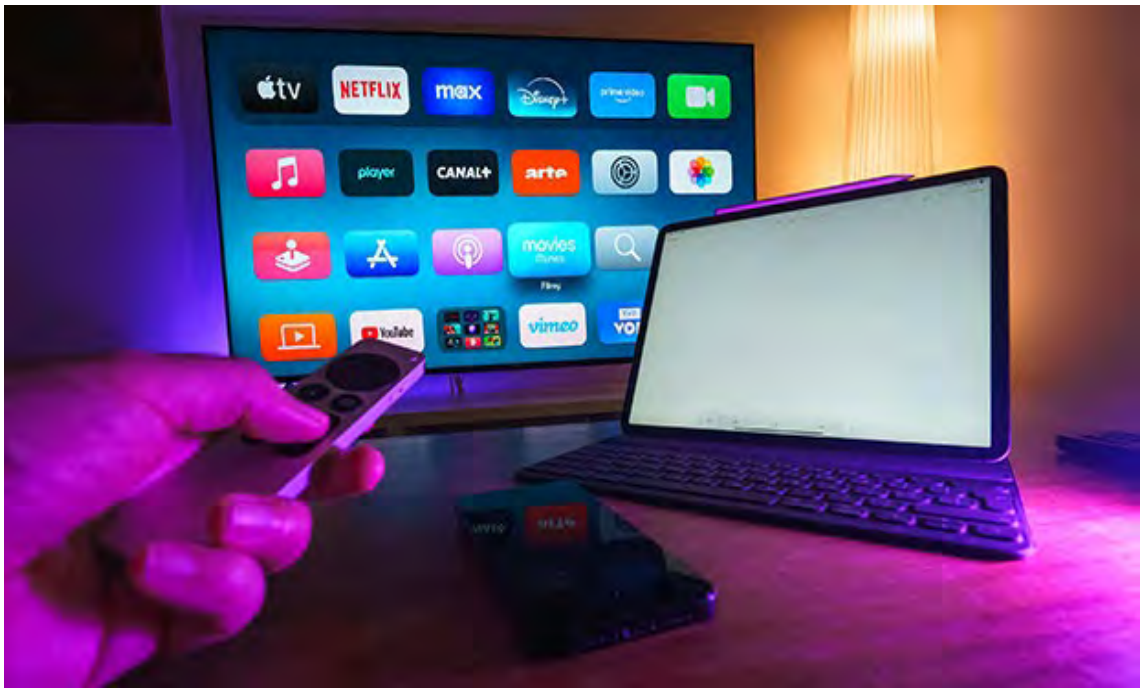
Principales conclusiones

- **Liderazgo de YouTube:** YouTube se sitúa como la plataforma con mayor uso (71,3 %), seguida de cerca por RTVE Play (53,4 %) y atresplayer (37,1 %). Pluto TV se consolida como una de las principales opciones de visionado y ya forma parte del top 3 de opciones preferidas, junto a YouTube y RTVE Play.
- **La programación temática gana peso:** el ranking de canales más vistos lo lideran La 1 y 24h, y destacan los de deportes (Teledeporte, DAZN F1) junto a temáticos como Bob Esponja, Embrujadas y Pluto TV Cine Acción.
- **La Generación Z impone su ley:** Este grupo demográfico es el único que prefiere los canales temáticos. Además, su consumo es marcadamente móvil: siete de cada diez jóvenes consumen desde el smartphone, frente al 45 % de los millennials.
- **La migración de pago a gratuito:** Aunque únicamente el 12,8 % de los participantes dicen no tener plataformas de pago, se observa una tendencia de retorno al consumo gratuito. Un 13 % de los usuarios ha cancelado alguna suscripción de pago por haber aumentado su consumo en FAST, y un 23 % se lo ha planteado.
- **Auge de directos y publicidad personalizada:** Más de la mitad de los usuarios de plataformas gratuitas ya consume contenidos en directo a través de estos servicios, demostrando que el FAST no es solo contenido bajo demanda. En cuanto a la publicidad, si bien la percepción de ser «excesiva» aún tiene margen de mejora, casi la mitad de los usuarios reconoce que la publicidad mostrada conecta con sus intereses. Esto subraya el potencial de las estrategias de segmentación y personalización.

«El valor del Barómetro FAST va más allá de las cifras de consumo. Se trata de una herramienta clave para el análisis competitivo cualitativo. Ofrece los datos necesarios para comprender las estrategias de éxito de la competencia, para **entender dónde se encuentra la audiencia y desarrollar la monetización**, que está experimentando un crecimiento relevante año tras año», apunta **Enrique Lozano**, director general de GECA.

C21Media
Define your future in The New Content Economy

US streaming market far less insistent on content exclusivity than Europe, says Ampere



Jordan Punto 01/10/2025

US streamers and studios are increasingly sharing content and catalogues across multiple services, putting them on a different track than their counterparts in Europe, according to Ampere Analysis.

Around 39% of American titles (67,000 TV shows/movies out of a total 172,000) were found on two or more services in July 2025, versus 13% in the UK and just 8% in France, said the London-based research and insights firm.

This trend toward non-exclusivity is being driven by a confluence of factors, including the American market's embrace of AVoD platforms, a decreasing insistence on exclusivity and the desire to monetise library content to boost revenue.

While 39% of titles are available on two or more VoD services, around 21% of titles are on three services, said Ampere, a significant jump from just 9% in 2020.

Around 45% of the titles are shared by AVoD platforms, with Fox-owned Tubi, The Roku Channel and Plex driving much of the overlap. Tubi and The Roku Channel carried 23,600 of the same titles in July, while Tubi and Plex shared 21,700.

Ampere pointed out that the shared content is not simply low-quality or critically ignored programming. To demonstrate this, the insights firm used its proprietary "Ampere Critical Rating" system, which assigns a rating to individual titles. According to Ampere, 41% of the shared titles scored 60 points out of 100 on its ratings index, up from 31% five years ago.

Crime and thriller titles were the most likely to overlap across services, accounting for 19% of all titles, while horror account for 5%.

And older content is apparently king in the world of shared title, with 43% of the overlapping titles having been released between 2010 and 2019, compared with 28% for titles released from 2020 to 2025.

The report noted that, unsurprisingly, SVoD services remain more exclusive-focused than AVoD. However, consolidation across the video streaming landscape has meant content catalogues are converging, with 43% of the shared titles spanning both SVoD and AVoD while 12% span multiple SVoD services.

One example given was the Warner Bros Discovery merger in 2022, which increased overlap in the HBO Max and Discovery+ SVoD catalogues. According to Ampere, 51% of HBO Max's catalogue was also available on Discovery+ in July 2025.

The trend is not only being seen among streamers with shared parent companies, with Ampere noting that 35% of NBCUniversal-owned Peacock's library was available on Prime Video in July 2025, up from 14% in August 2020.

Ampere's principal analyst Rahul Patel said that the higher amount of non-exclusivity within VoD catalogues "reflects the maturity of the US market," adding that the "platforms understand that new originals and flagship franchises drive subscriber retention, while the longer tail is less central – freeing it to be licensed elsewhere for extra revenue.

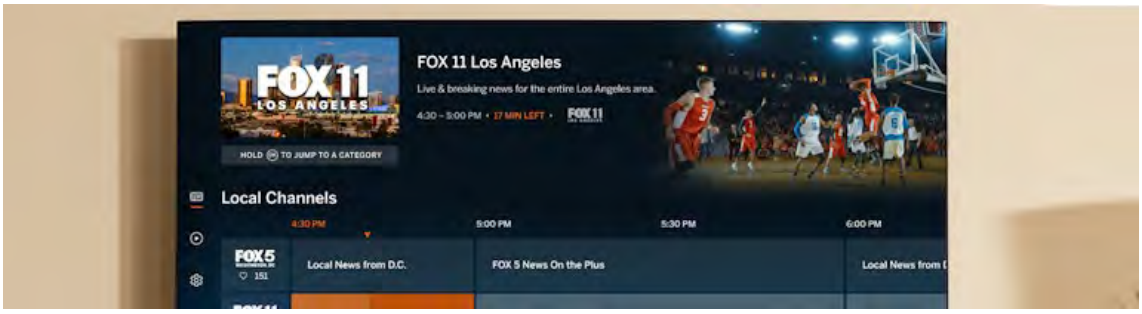
Patel also observed that while the US is far ahead of Europe in terms of content sharing, there are signs that Euro markets will begin to see similar trends as broadcaster-streamer deals become prevalent.

"The high rate of non-exclusivity in the US VoD market is not only driven by the prevalence of a long tail of content. Co-exclusive deals for premium titles – such as recent deals between Netflix and HBO, and Disney and AMC – show that higher-value content is also shared," said Patel.

“Europe hasn’t achieved the same level yet, but new broadcaster-streamer pacts – for example, ZDF and Atresmedia with Disney+, Netflix with TF1, and Amazon with France Télévisions – point to similar dynamics emerging.”

FASTs grow users and hours of viewing, but fill rates fall

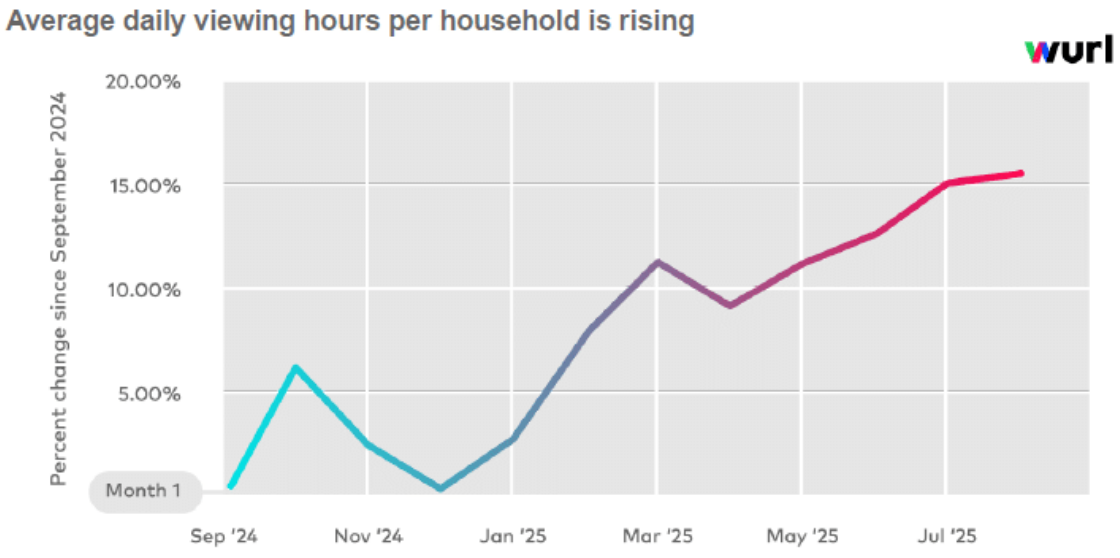
01 Oct, 2025 **Colin Dixon**



A new Wurl report paints a complex picture of the FAST market, with hours of viewing up 30%, growth in channels viewed flat, and fill rates down.

Wurl has consolidated data from the many FAST channels it manages for customers in its CTV Trends Report 2025: Advertiser Edition. It shows strong growth for FASTs, challenges in monetization, and presents an opportunity for advertisers to increase their investment in the market.

More viewers are watching for longer.



Average FAST channel daily viewing hours per household

Over the last year, Wurl reports that the number of monthly active households watching FAST channels has increased by 12%. Over the same period, the average time people spend watching has also increased by 16%. Combining the two increases shows that the total hours of viewing (HOV) across all channels was up by almost 30% year over year.

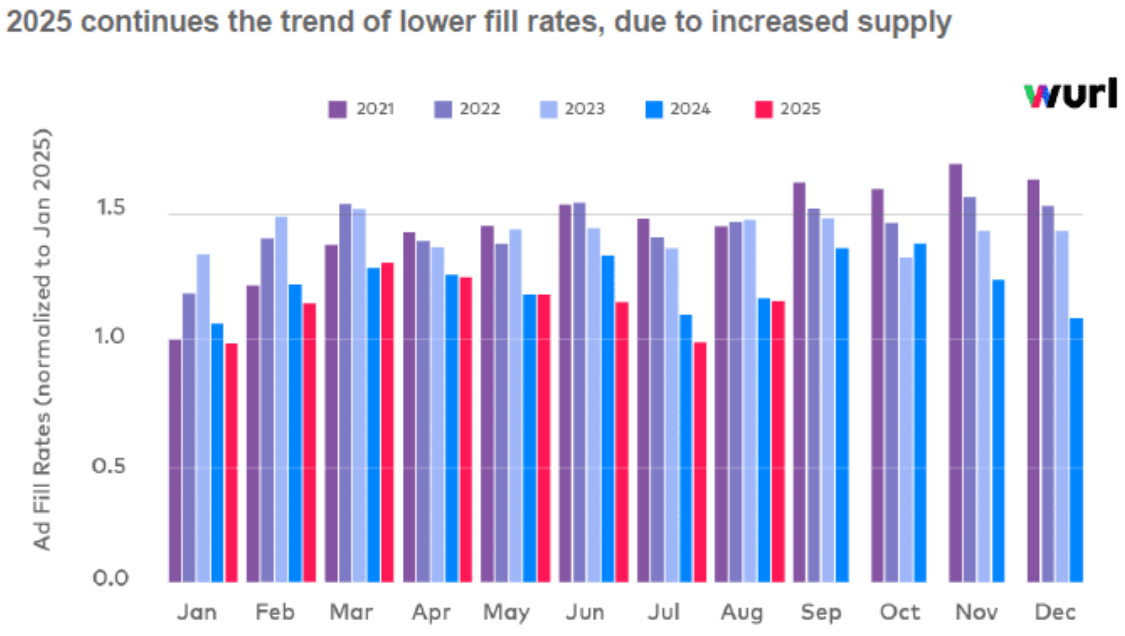
On the negative side, Wurl reports that the number of channels watched remained relatively unchanged, at around 3 to 4 channels. This is disappointing, especially considering that the number of channels continues to increase. For example, Pluto TV claims to have over 2000 channels available worldwide, and continues to add new ones. In October, US viewers will find 11 new channels available, and viewers in Europe will be able to watch Pluto Snooker 900 starting October 6th.

If the number of channels watched hasn't changed but the number of hours of viewing has gone up, people must be spending more time on the channels they use. Wurl claims that the time people spend watching the channels they follow has increased by 25% over the last year.

News is playing a greater role in FASTs.

Reality and Drama remain the most popular channel genres, reaching 10.9% and 9.4% of households. Documentary (7.6%) and Comedy (6.4%) are the third- and fourth-most popular channel genres. Interestingly, News is now the fifth most popular genre, with 5.9% reach. The category is likely being helped by the increasing availability of local TV channel news on FAST services. For example, many local PBS stations are now available on Prime Video to viewers who do not have a Prime subscription.

Ad fill rates are down.



FAST fill rates 2021-2025

While viewership of channels is up, ad fill rates are down, according to Wurl. The company compared fill rates to those in January 2021 and found that, after experiencing 50% or more increases in fill rates in several months of 2021 and 2022, rates have declined in some cases to levels not seen since January 2021.

The company suggests one reason for the decline is that the supply of ad units is increasing faster than demand. There are several reasons to believe this is the case.

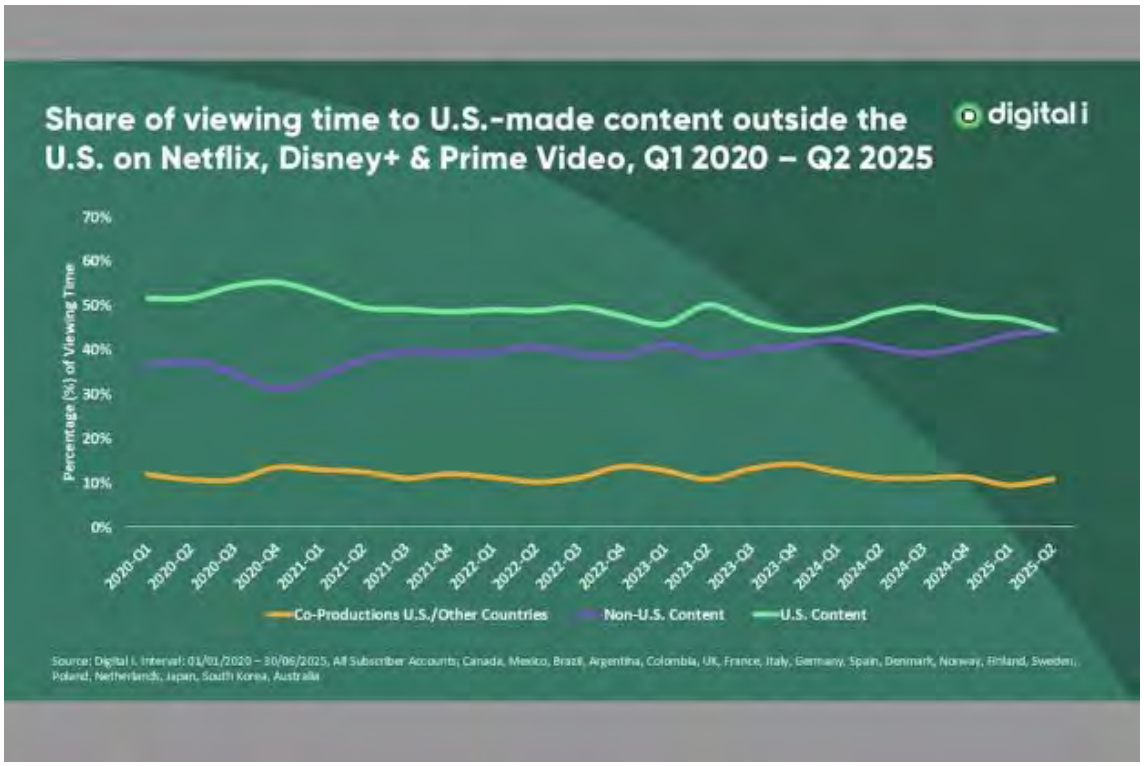
Firstly, as Wurl has stated, the number of FAST viewers has increased, along with the length of time people spend watching. The combined effect of both these factors suggests a 30% increase in the number of ad avails viewed. Assuming many of the avails are targeted, that means a big increase in the number of ad slots available.

Secondly, the number of channels available on FAST services continues to expand. For example, Plex boasts over 600 channels and has recently added four more. Simply put, more channels available means more ad avails to fill.

Thirdly, there are more platforms available. For example, vMVPDs like Sling TV and Philo now offer FAST services, and all major TV operating systems have built-in FAST channels.

Though FAST platforms and channels providers must be frustrated with low fill rates, they represent a great opportunity for advertisers to reach more viewers efficiently.

Stuart Thomson's
decodeTV
Insight on video and broadband business & technology



Streaming audiences watching less US content

By decodeTV Staff October 1, 2025

Streaming audiences outside the US are spending proportionally less time watching US content, according to a study by research outfit Digital i.

Digital i found that the share of viewing time to US content in other countries has decreased by 7% on Netflix, Disney+ and Prime Video over the past five years.

Between Q1 2020 and Q2 2025, the percentage of combined viewing time to content made in the US on these three streamers, as viewed in 19 non-U.S. countries, dropped from 52% to 45%.

Digital i measured the share of viewing time to US and non-US content by streaming audiences in Canada, Argentina, Mexico, Brazil, Colombia, the UK, France, Italy, Germany, Spain, The Netherlands, Poland, Denmark, Finland, Sweden, Norway, Australia, South Korea and Japan.

Overall share of viewing time to content produced outside of the US in these countries rose from 37% in Q1 2020 to an equal 45% in Q2 2025 as audiences began to spend more of their viewing time watching non-US programming on these services.

The remainder was made up by viewing time to co-productions between the US and other countries, with this figure remaining relatively consistent over the period.

Meanwhile, within the US itself, share of viewing time to locally produced content has remained comparatively steady in recent years.

In Q2 2025, viewers in the US spent 62% of their viewing time watching US-made content and 25% of their viewing time watching non-US. content on these services. The remaining 13% was spent viewing co-productions.

The Hollywood Reporter

Telemundo Studios Head: "Live Programming Is the Only Way to Beat Streaming"

Javier Pons, in a spotlight appearance at the fifth annual Iberseries & Platino Industria in Madrid, highlighted his team's focus on fiction and formats that reinforce its identity in the U.S. Hispanic market.

By Georg Szalai September 30, 2025



Javier Pons Courtesy of NBCUniversal Telemundo Enterprises

Telemundo Studios is focusing on three strategic pillars and betting on live programming to compete with streaming giants, Javier Pons, who was promoted to the role of chief content officer and head of the production arm of Comcast's NBCUniversal Telemundo Enterprises earlier this year, told an industry gathering in Madrid on Tuesday.

The guidance from his bosses overall is "to play offensively," Pons told the industry audience. Live content is one key element of this. "The ability to create live programming is the only way to beat streaming," he argued. "Live cannot be beaten."

In a spotlight session at the fifth annual Iberseries & Platino Industria, he also highlighted his team's focus on fiction and formats that reinforce its identity in the U.S. Hispanic market, along with outlining three core strategies.

"A key focus is the creation of our own IP. Therefore, it is a priority to create original series," Pons said, according to an English translation of his comments made in Spanish. "And I think we've moved toward a more collaborative world, which is why the second point is multi-windowing," meaning making content available in various distribution windows, he added.

Finally, "the third point is the diversification of formats," the Telemundo Studios content chief said. "In the past, [our work] was practically limited to making long-running series for our network. There used to be series of between 80 and 95 one-hour episodes that we broadcast in primetime." But that has changed now, he said: "For the last year and a half, what we have been trying to do is expand the focus and launch a strategy to also create short series, docuseries and scripted series for streaming."

His appearance came late on the first day of Iberseries & Platino Industria 2025. Earlier in the conference day, executives from the likes of Disney+ Spain, the studio Gaumont and independent production powerhouse Banijay appeared.

The Hollywood Reporter

More Than a Third of Peacock's Library Is Also on Prime Video — Study

U.S. streamers are oversharing.

By Tony MaglioN September 30, 2025



'The Illusionist' (2006) Yari Film Group Releasing/Courtesy Everett Collection

If sharing is caring, then the U.S. cares like a lot a lot — well, at least when it comes to streaming titles. (And maybe not so much about, like, each other.)

The newest study from data firm Ampere Analysis has found that U.S. streamers are sharing content at a rate three times more than the UK, where Ampere operates from. In July 2025, 39 percent of all TV seasons and movies (67,000 out of 172,000) on U.S. streaming platforms appeared on two or more streaming services. In the UK, just 13 percent of all streaming titles were shared. In France, the overlap is just eight percent.

And here, titles simultaneously available on at least three different video-on-demand platforms more than doubled (on a percentage basis), from nine percent in 2020 to 21 percent this year.

The discrepancies are more about differences in the maturity of markets than in culture. Maxed out and facing consolidation, U.S. platforms are scrambling to beef up their libraries, lower churn and achieve higher profits (or for some still, just to turn a profit).

Selling subscriptions is not enough in the tougher economics of present-day streaming. Licensing has emerged as a means to bring in easy money.

"Platforms understand that new originals and flagship franchises drive subscriber retention, while the longer tail is less central — freeing it to be licensed elsewhere for extra revenue," Rahul Patel, principal analyst at Ampere Analysis, said.

Much of the shared content is filler, though U.S. streamers are willing to play nice with some "higher-value content," Patel said.

Europe will get there — probably, eventually.

"Co-exclusive deals for premium titles — such as recent deals between Netflix and HBO, and Disney and AMC — show that higher-value content is also shared," Patel said. "Europe hasn't achieved the same level yet, but new broadcaster–streamer pacts — for example, ZDF and Atresmedia with Disney+, Netflix with TF1, and Amazon with France Télévisions — point to similar dynamics emerging."

Consumption of older, lower-value library content is a lean-back experience. It's easy to license, and even easier to program ads into — two revenue streams that often inform one another. Amazon Prime Video has dove headfirst into both.

In January 2024, Prime Video automatically switched its users to its new ad-supported tier (subscribers could opt out of that and opt to pay more to remain ad-free). Shortly after, Amazon decided to shut down its separate, fully ad-supported streaming platform Freevee; Prime Video absorbed much of Freevee's content. Prior to that, 41 percent of Prime Video's titles were exclusive — after, it was just 24 percent.

The mass-absorption of content watered down Prime Video's overall pool of exclusivity as much of Freevee's library was older content, which is the easiest to share. Titles released between 2010 and 2019 make up 43 percent of shared content, Ampere found; those released between 2020 and 2025 account for 28 percent. Crime and thriller programming and horror content over-index for sharing, the research found.

This stat involving Prime Video may be the most eye-popping of them all: In August 2020, the month after Peacock launched nationally (Comcast cable users got early access), 14 percent of Peacock's library was also on Amazon Prime Video. It is now 35 percent.

Yes, more than one third of Peacock's overall library is also available on Prime Video.

A spokesperson for Peacock did not immediately respond to The Hollywood Reporter's request for comment on that statistic.

The cheaper and more-ad-supported one goes, the more content it shares. When you make all of your money from commercials, the KPI is engagement, and engagement requires scale. Fox's Tubi, a combination FAST/AVOD platform, for example, shares 23,600 of its many titles with The Roku Channel, which is also a hybrid streamer. Tubi and Plex — another service of the same ilk(s) — share 21,700 titles.

In July 2025, Canadian TV show Heartland (first released in 2007) was the most widely available show in the U.S. with various seasons of the title available across 13 different services, Patel told THR; 2006 film The Illusionist was available on 12 platforms.

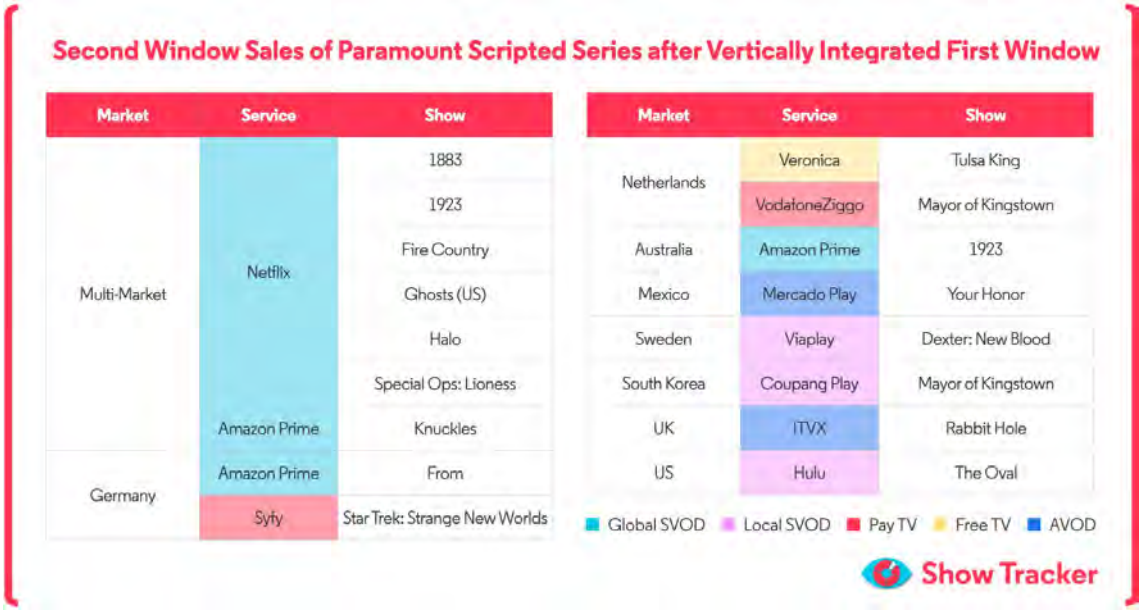
3VISION

26.9.2025

After the Stream: Paramount

Jack Thomas OCT 1, 2025

Paramount's 2025 second-window activity shows how studios can still drive meaningful value through external licensing after initially placing their titles on their own services through vertical integration. Show Tracker reveals that in 2025 alone Paramount has managed to find a second life for a number of its titles across a wide array of buyers, while also capitalising on several multi-market deals.



Source: 3Vision Show Tracker: New Season English Language Scripted Shows Sold in Second Window after Studio Service in 2025

The standout buyer is Netflix, which secured rights to a multi-market package including '1883', '1923', 'Fire Country', 'Ghosts (US)', 'Halo' and 'Special Ops: Lioness'. This represents a significant cluster of Paramount's flagship franchises and underscores Netflix's continuing appetite for US studio series with global brand recognition. The multi-territory nature of these deals demonstrates the viability of Netflix as a target for this type of second window.

Amazon Prime has also engaged in a multi-market acquisition with 'Knuckles' while taking '1883' for Australia, rather than Netflix. ITVX took 'Knuckles' shortly after Amazon in the UK in a third window, while also acquiring 'Rabbit Hole'. Its relationship with Paramount so far has been dwarfed by its acquisitions from Disney, where it has branded more recent deals under the 'A Taste of Disney+' banner.

Other local players have also demonstrated appetite this year, with the Nordic SVOD Viaplay acquiring 'Dexter: New Blood' after its SkyShowtime debut, Coupang Play premiering 'Mayor of Kingstown' after its Paramount+ debut, and Hulu in the US airing 'The Oval' after its original run on BET.

In all of these instances the series have remained on their original service, whether Paramount+ or SkyShowtime for certain European markets such as Sweden and the Netherlands. The presence of marquee titles on platforms with a wide audience like Netflix may entice viewers to seek out later seasons on their original home services, providing Paramount with free marketing in addition to licensing revenue.

Paramount's second-window activity suggests that the value of vertical integration is not diminished by licensing content to third parties, particularly when buyers appear content to acquire these second windows without exclusivity. Careful planning and timing can turn both global and regional partners into revenue streams as well as marketing engines for studios like Paramount in the future.

The Hollywood Reporter En Español

INDUSTRIA

Elon Musk comienza boicot contra Netflix

El multimillonario llamó a sus seguidores a cancelar la plataforma de streaming "por el bien de sus hijos"

Por HARETH PERAZA |OCTUBRE 1, 2025



Elon Musk

Elon Musk ha comenzado un boicot a Netflix que ya ha dejado una pérdida de suscriptores para la plataforma. A través de su cuenta de X, el multimillonario llamó a sus seguidores a cancelar sus cuentas, argumentando que era "por el bien de sus hijos".

En los últimos días, un fragmento de la serie animada *Dead End: Paranormal Park* comenzó a circular en X. En el clip, vemos al protagonista Barney Guttman mencionar que era una persona transgénero. Esto no fue del agrado del sector más conservador de la red social, quienes eventualmente le hicieron llegar la información a Elon Musk. Al verlo, el dueño de la plataforma no perdió el tiempo en escribir, "Cancelen Netflix por el bien de sus hijos", acompañado por una imagen de un caballo de troya.



Si bien el fragmento acaba de hacerse viral, el programa no se emite desde 2023, cuando Netflix decidió cancelarlo, aunque sus 20 episodios siguen disponibles en el servicio. Dead End: Paranormal Park está clasificado como un programa para mayores de siete años, lo cual fue visto con ojos sumamente negativos por el sector conservador, convirtiéndose en uno de los argumentos principales que utilizaron para el boicot.

El creador de la serie, Hamish Steele, recurrió a la red social BlueSky para compartir su sentir. "Va a ser un día muy extraño", escribió. Más tarde ese día, Steele compartió que había estado recibiendo comentarios homofóbicos y antisemitas por correo electrónico, por lo cual se alejaría un tiempo de las redes sociales.

"Hoy me he sentido bien la mayor parte del tiempo y me he dado cuenta que todo esto es algo gracioso, mientras aprecio realmente a todos los que se me han acercado, pero los correos electrónicos extremadamente sucios, raros, homofóbicos y antisemitas comenzaron a llegar y es un poco terrorífico, así que me disculpo si me toma más tiempo responder", escribió el creador de la serie.

Aquellos usuarios partícipes del boicot argumentan que Netflix ha estado promoviendo el contenido. Sin embargo, el programa no ha recibido promoción desde su cancelación hace más de dos años. A pesar de que Hamish Steele ya ha externado sus sentimientos sobre la situación, la plataforma de streaming ha permanecido en silencio.

ESPINOF

HBO Max acaba de confirmar que sigue muy lejos de poder competir con Netflix. Y lo ha hecho de la forma más inesperada



El récord de 'Superman' en streaming esconde otro mensaje muy importante

1 Octubre 2025, 09:34 **Mikel Zorrilla**

Hace apenas unas horas saltaba la noticia con el hecho de que 'Superman' había roto récords en HBO Max con la friolera de 13 millones de visualizaciones en 10 días. La plataforma estaba sacando pecho con ese anuncio, pero lo cierto es que al mismo tiempo ha servido para confirmar que todavía está muy lejos de poder competir en igualdad de condiciones con Netflix.

Por lo pronto, esos 13 millones de visualizaciones en 10 días serían un dato discreto o incluso malo para Netflix. Pensemos por ejemplo en el caso de 'Estado Eléctrico', la carísima película de ciencia ficción que llegó a la plataforma este año y que está considerada como una importante decepción para la plataforma. Pues bien, en sólo tres días ya consiguió 25,2 millones de visualizaciones.

La otra cara de la moneda

Es cierto que uno ya podría llegar a esa conclusión con el hecho de que HBO Max anunció este mismo año que tenía 125,7 millones de suscriptores en todo el mundo, mientras que esa cifra se eleva hasta los 301,6 millones en el caso de Netflix, pero es que comparativamente hablando, el cine funciona mucho mejor en esta última plataforma.

Por ejemplo, 'Terminagolf 2' consiguió este mismo año 87,5 millones de visualizaciones en sus primeros 10 días disponible y luego no ha conseguido entrar en el Top 10 histórico de la plataforma. Eso convierte en insignificantes los datos de la estupenda película dirigida por James Gunn, la cual es cierto que antes pudo verse de forma exclusiva en cines.

Es por ello que lo que podría ser una gran noticia para Warner, a la hora de la verdad es un nuevo recordatorio de que sigue sin haber nadie en condiciones de poder toser a Netflix. Lo más parecido que hemos tenido sigue siendo el caso de 'Red One' con 50 millones de visualizaciones en sus primeros cuatro días en Prime Video, pero luego la plataforma de Amazon no quiso dar más datos...

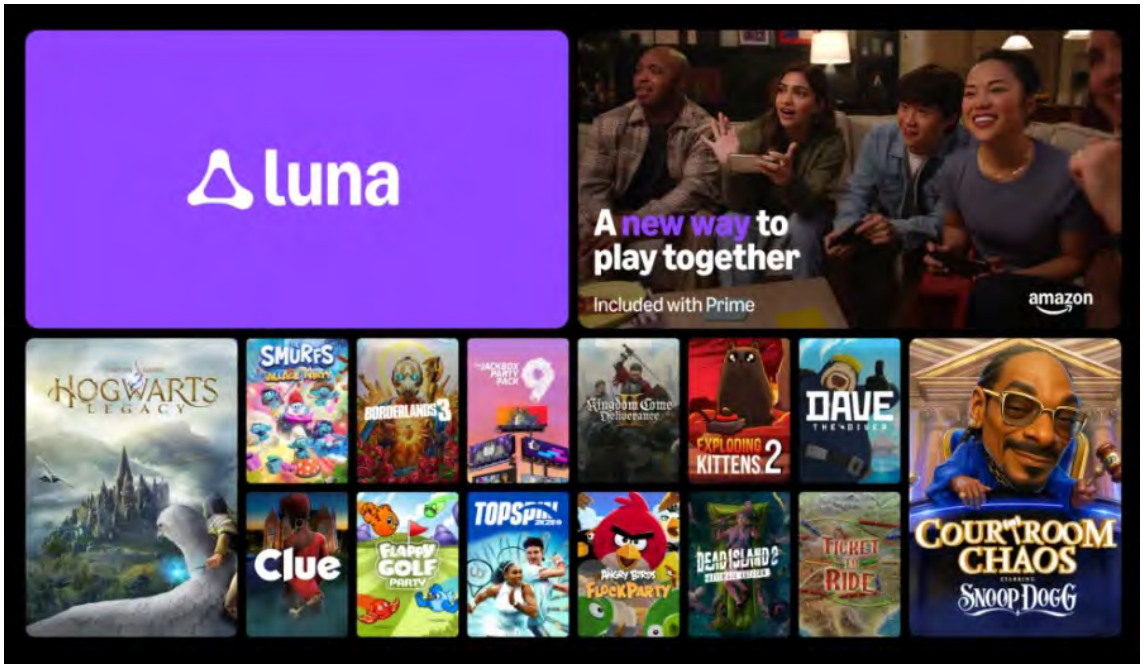
Eso sí, Prime Video también demostró estar algo lejos de Netflix cuando quiso celebrar el éxito sin precedentes de 'El señor de los anillos: Los anillos de poder' y ofreció unas cifras que ni siquiera le habrían permitido entrar en el Top 10 histórico de Netflix por aquel entonces...

VARIETY

Oct 1, 2025 5:45am PT

Amazon's Prime-Included Gaming Service Sets Major Overhaul; Execs on How New 'GameNight' Party Collection Complements Planned AAA Titles (EXCLUSIVE)

By **Jennifer Maas**



Amazon is revamping its cloud-gaming service Luna to offer a wide variety of top-tier games, including "Hogwarts Legacy" and Xbox's "Indiana Jones and the Great Circle," as well as a new "GameNight" lineup of original party games, all available to Prime subscribers.

The move is a splashy one for Amazon, which launched the Luna cloud-gaming service in 2022 but has yet to build up the platform — an offering that allows customers to play games without a console or gaming PC — into something that can stand on its own in the gaming market, rather than exist as another perk that comes with an Amazon Prime subscription.

"We're calling it the all-new Amazon Luna, because it's really been rebuilt and reimagined from the ground up," Amazon Luna general manager Jeff Gattis told *Variety*.

“That’s everything from our UI, the way people interact with the games, to the offering itself and the portfolio of games. It’s the offering and putting it into Prime and it’s really this notion of, can we make it as easy for Prime members to play games as it is to watch Prime Video and stream music on Prime Music?”

Along with a new lineup of premium third-party games and a UI update, Luna is introducing a party game collection labeled “GameNight,” which will launch with the AI-powered title “Courtroom Chaos: Starring Snoop Dogg,” which features the rapper as your personal judge in at-home disputes.

“You basically state your case. You can actually submit evidence through prompt-based AI, and it’ll generate the evidence in front of Snoop so we can look at the visual of the garbage bag or whatever the case is about,” Gattis said. “And then there’s just this banter back and forth with Snoop Dogg, which is obviously funny because it’s Snoop Dogg, it’s him and his dialect, but he’s really talking to you. I think that’s the amazing thing about it. And what we get excited about with this game is, it’s a game that literally could not have been made three years ago. So it’s one of these things that requires the cloud. It requires a large language model behind it to power Snoop.”

The Luna overhaul comes as Amazon’s young game studio, run by 2K Games co-founder Christoph Hartmann, is slowly but surely working on a slate of original mid-level and top-tier games, known as AA and AAA games within the gaming industry. Amazon leadership says that the Luna changes don’t mean the strategy at Hartmann’s Amazon Game Studios has pivoted away from larger titles, but rather it will now include more of these social games that can be developed quicker and target a wider consumer audience.

“We’re continuing down the path with the console-friendly AAA games, which is why you see in the offering, we’re not just launching ‘GameNight,’ but actually expanding the library of AAA games that are available, as well as then games that work for really the non-core gamer, where you can pick up your phone as a controller and have a lot of fun with your family and friends in your living room,” Amazon’s vice president of audio, Twitch and games, Steve Boom, told *Variety*.

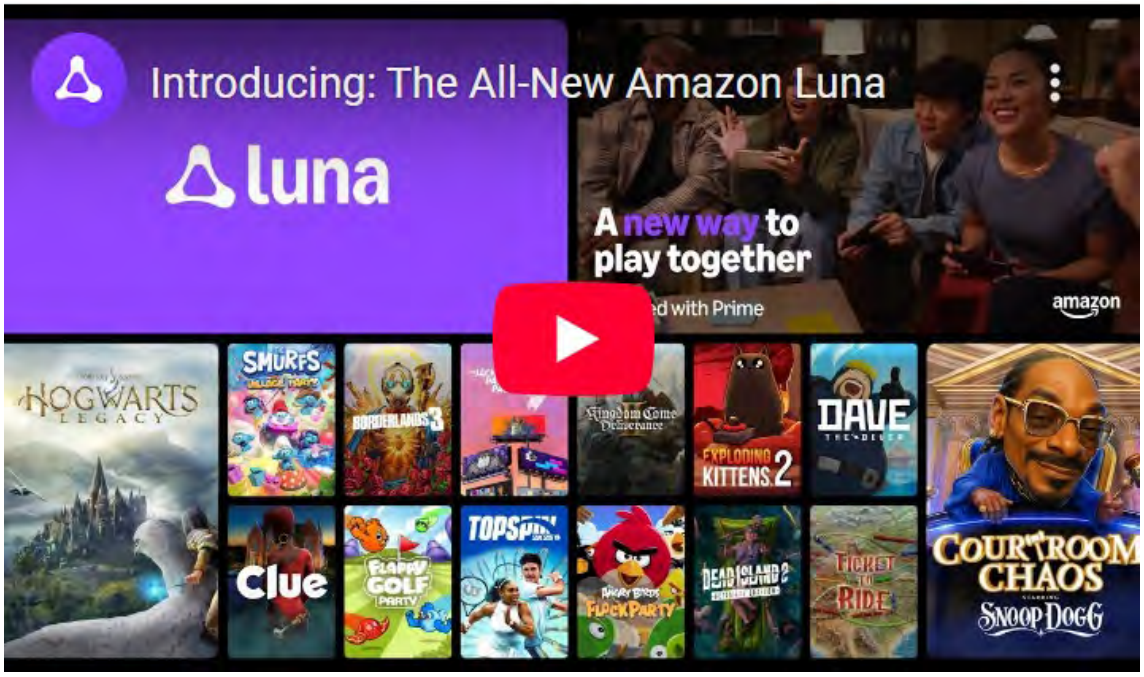
Boom continued: “If you were to trace the arc of what we’ve released and what we’ve now announced from our games studio, it would actually point in this direction. So what started out in massively multiplayer games, MMOs, we’ve really widened the aperture, if you will. And so you’ve seen announcements for like things like ‘King of Meat,’ ‘Tomb Raider,’ our upcoming driving game, ‘Lord of the Rings,’ and kind of moving more in that direction of what I would call console-friendly titles, known IPs or known play patterns. The MMOs, those are really PC games. We launched ‘New World’ on consoles about a year ago, and it’s done really, really well, but those games at their core appeal to the hardest core-PC gamers. “

While much of Hartmann's team is working on those long-lead titles, Boom says an internal studio known as Studio 5 has been created within the overall Amazon Game Studios team to work on "Courtroom Chaos" and other "games for the non-core gamer."

"They tend to be smaller, social party games versus big, elaborate open-world AAA," Boom said. "So you could imagine that the time frame to develop those games is a lot shorter than for AAA games."

The overhaul at Luna was announced on the same day as Xbox revealed changes and an price increase for its gaming subscription service, Xbox Game Pass.

See below for Amazon's new Luna promo video, followed by the full blog post announcing the Luna changes, written by Gattis and published Wednesday.



Introducing the All-New Amazon Luna: A New Era of Gaming for Everyone

Several years ago, a bunch of game-crazy Amazonians had an audacious idea: what if we could stream games just like we stream video and music? I say "audacious" because a lot of people doubted that streaming technology would work for games, which are much more difficult to deliver via the cloud than video and music. But at Amazon, we like hard problems! Fast forward to 2022 and we launched Amazon Luna, a cloud gaming service where customers can play games anywhere without a console or a gaming PC. It's fun, magical, convenient, and something we're proud of! Since that time, we've added more and more titles to our catalog and we've scaled Luna to 14 countries, with customers streaming millions of game hours on Luna every month. Across our team, we love playing EA SPORTS FC 25, Assassin's Creed Shadows, Fortnite, and more. My personal favorites are Dungeons of Hinterberg and Death Stranding.

But at Amazon we don't like to stand still…

We Think Gaming Needs a Rethink

Gaming is one of the most powerful cultural forces in the world, with more than 3 billion people playing across the globe. When you look a little closer, though, you realize that only about 300 million people own consoles, and around 250 million own gaming-ready PCs. In other words, most players are on their smartphones, and most of the time they're playing by themselves. And we think that's a shame because some of the most magical moments in gaming are when you're playing with family and friends in the living room on the big screen.

Until now, though, playing on the big screen usually means expensive consoles, costly graphics cards, and complicated games that end up feeling more like a commitment than a quick escape. The industry hasn't done enough to welcome the 100s of millions of people who want to experience the magic of playing games on the big screen but feel left out – those who don't see themselves as "gamers," those who don't want to spend a fortune on hardware, or those who just want something simple, social, and fun.

And that's exactly what our Prime members have told us. Gaming hardware is too expensive. Games are intimidating and hard to learn… and expensive. Games can be isolating. But, at the same time, Prime members know that games don't have to be this way, and indeed, they tell us that they want games to be a way to bring friends and family together. To build connection. To bond. To have fun!

And so we asked ourselves, how can we reimagine Luna in order to solve the issues that prevent so many from participating? The good news is that Luna already solves the hardware cost issue. But how can we further lower barriers? How can we expand who gets to play? How can we bring people together? How can we reimagine what games can be with the help of AI and the cloud? In other words, how can we reimagine Luna so that it's not just a different place to play games but also a place to play games differently and a place to play different games?

Introducing: The All-New Amazon Luna

That's why we're excited to announce that, later this year, we will be launching a completely redesigned and reimagined ***Amazon Luna*** *that combines innovative social party games with amazing blockbusters to make every night in your house the perfect game night to share with your family and friends. These new additions are all included with Prime at no additional cost. The all-new Luna will empower Prime members to play games in the same way they enjoy content on Prime Video or Amazon Music, across the devices that they already own and prefer to use. And there's no special hardware required – just launch Luna on your Fire TV, smart TV, or tablet, and you're playing in seconds.*

GameNight: A New Kind of Social Play

*When you launch Luna, you'll see something totally new called **GameNight**, where you'll find a collection of social party games to play with your family and friends. Just like when you host game night at your house – but better!*

GameNight reimagines what it means to play games in the living room. Not only do you not need a console or gaming PC – you don't even need a game controller! With all GameNight games, your smartphone is your controller for experiences centered around the living-room TV. In seconds, anyone in the room can join the fun simply by scanning a QR code. All GameNight games are designed to be played together with family and friends for maximum laughter and connection. Finally, a reason for parents not to tell their kids to put their phones away!

GameNight will feature exclusive titles developed by Amazon, starting with the launch title Courtroom Chaos: Starring Snoop Dogg—a human-built, AI-powered improv courtroom game where players invent outrageous characters, spin wild stories, and do whatever it takes to defend their testimonies before Judge Snoop Dogg.

GameNight will also launch with more than 25 approachable multiplayer games, from GameNight-optimized takes on favorites like Angry Birds, Draw & Guess, Exploding Kittens and Flappy Golf Party, to party-ready adaptations of board game hits such as Taboo, Ticket to Ride and Clue. All GameNight titles are tuned for a fun, frictionless living-room experience. So, whether you're looking to work together with your partner to slingshot birds at those pesky pigs, explode some kittens (yikes!), show off your drawing skills, or be the first to say "Colonel Mustard, with the Candlestick, in the Conservatory"… all on the big screen with your family and friends… then GameNight is your ticket to fun! And we will be adding new GameNight games all the time so that your family's game night is always fun and fresh.

This isn't just gaming – it's play reinvented for the modern living room.

Level Up Your Game Play

And what about those times when you really want to get your game on and level up? You know, to really unleash your inner gamer? We've got you covered there too. For Prime members, the all-new Luna will include a diverse and growing library of more than 50 popular, classic, indie, and blockbuster games. That means hit titles like Hogwarts Legacy, Indiana Jones and the Great Circle, Kingdom Come: Deliverance II, and TopSpin 2K25, alongside fan-favorite indies and family-friendly picks such as Dave the Diver, MotoGP 25, Farming Simulator 22, and SpongeBob SquarePants: Battle for Bikini Bottom. Just like GameNight games, this rotating library is included with Prime at no additional cost. These games are definitely a little more involved than GameNight titles, so you will need a game controller to play. If you've got a Bluetooth

controller lying around the house, you're all set. If not, just purchase a Luna Controller and the magic of Prime will have it at your doorstep in no time flat. In fact, we just announced some nice discounts on the Luna Controller and select Fire TV bundles for Prime Big Deal Days in several countries, with some available until October 10. And you can likely look forward to similar deals in the future.

And if all of that still isn't enough and you want to level up your gaming even more, you can subscribe to Luna Premium for more blockbuster titles like EA SPORTS FC 25, LEGO DC Super-Villains, Team Sonic Racing, and Batman: Arkham Knight.

Built for Prime Members

Prime has always been about making life simpler, more entertaining, and more affordable. Luna builds on that promise with a fresh take on gaming experiences to play with family and friends.

And this is just the beginning. With advances in AI and cloud technology, we see opportunities to create entirely new kinds of games – experiences that were never possible before. We have an incredible pipeline of games in the works and can't wait for you to play and experience the all-new Luna for yourself later this year.

VANITY FAIR

POLITICS HOLLYWOOD ROYALS STYLE CULTURE

CHALLENGE EVERYTHING

Why Did Jared Kushner and Saudi Investors Take Over EA Games?

The short answer: Entertainment is the new oil.

BY JOSHUA RIVERA

SEPTEMBER 30, 2025



In what may be the largest leveraged buyout on record, the publicly traded video game publisher Electronic Arts, Inc. has agreed to go private after being purchased by a consortium of investors comprising private equity giant Silver Lake, Jared Kushner's Affinity Partners, and the Saudi Public Investment Firm, or PIF. The cash buyout, totalling $55 billion, is a staggering sum, even in the supercharged world of private equity, where billions are regarded as mere Monopoly money. The deal is certain to change the landscape of the video game industry, which generated an estimated $187 billion in revenue last year.

But why would Kushner and Saudi investors—who share a considerable stake in Affinity Partners, in addition to direct involvement in this deal via the PIF—be interested in Electronic Arts? Does Donald Trump's son-in-law really love *The Sims,* or EA's wildly popular suite of sports games? Strange as that question may sound, it's not terribly far-fetched to assert that the answer is yes. This deal is about games as a cultural force as much as it is about economics.

After a 2015 restructuring, the Saudi government has been using the Public Investment Fund to rapidly diversify the nation's revenue streams in ways that increasingly reflect the interests of Saudi Arabia's ruler and PIF chair Prince Mohammed bin-Salman. First came an aggressive and ongoing campaign to make Saudi Arabia a sports destination, with the nation spending enormous sums of money to lure organizations and players to Saudi events and initiatives. This is what commentators call "sportswashing"—a term used for any institution that's interested in burnishing its sullied rep through the staging of athletic competition—and it's only one of the ways this investment benefits the Saudi regime. The nation's governing bodies have sought to rehab their reputation for committing human rights abuses and killing journalists simply by not acknowledging this history, and by buying things a lot of people like. Such investments are also founded in economic necessity: Saudi oil revenue is in drastic decline, and the PIF's exorbitant spending spree is an effort to diversify the nation's revenue streams.

Now the sports playbook is being repeated in increasingly visible ways, from the current Riyadh Comedy Festival to the EA acquisition. This last deal is the latest in an ongoing campaign for Saudi Arabia to become a gaming hub, which a 2023 Verge report referred to as "gameswashing."

EA's value in the video game industry largely stems from its sports franchises, which reliably deliver tremendous sales every year. Two titles rise above the rest: The first is *Madden NFL,* regularly among the top-selling games every year, as the only officially licensed NFL simulation on the market. (The NFL's deal with EA has been regularly renewed every few years since 2004, and is likely to be renewed again when the current extension expires in 2026.)

But while *Madden* gets much of the attention in the United States, EA's real heavyweight is the soccer game *EA FC.* (The game was formerly known as *FIFA,* before EA's partnership with the FIFA organization ended in 2022.) *FC* is notorious for minting money through a game-within-the-game called Ultimate Team, where players can spend endless amounts of money for packs of digital "cards" that represent individual soccer players. The players in those packs are random, as are their stats, which gives Ultimate Team players a slot machine-like compulsion. They want to acquire cards of their favorite players, but also the *best* version of their favorite players, because winning games will get a player even more cards.

It's ingenious, terribly extractive, and almost every major sports game on the market has a feature like this now—but *FC* has long been the most profitable of them all.

All of these assets make EA an appealing blue-chip acquisition for private equity investment, especially since, as the *Financial Times* reports, those investors believe that the company's operating costs can be lowered significantly with the use of AI. (A claim no one in the games industry has managed to deliver on just yet.) EA's sports games also dovetail nicely with both the Crown Prince's real-world soccer efforts and his nation's continued gaming investments, which seek to further entangle the nation with the global economy and ultimately lure jobs to Riyadh.

The irony here is that the video game industry, like so many corners of entertainment and culture, is in trouble. Traditional games have struggled in the wake of "games as a service" like Roblox and Fortnite, which let users play for free but charge fees for subscriptions and in-game merchandise, with exclusive merch sold during limited-time brand collaboration events. Old-fashioned games are expensive to make and can take years to produce; they are a high-risk industry where all parties involved are uniquely vulnerable, and in dire need of the sort of cash Saudi investors have been happy to spend in nearly every field.

On September 28, Saudi Arabia announced its latest endeavor: the Saudi Film Fund's rebrand as Riviera Content, with new investments totalling $32.5 million Saudi riyal (about $8.7 million USD). Universal Studios and Columbia Pictures were both named as collaborators in the fund. It's a smaller data point than the EA purchase, but these announcements are all of a piece, and all examples of money spent for the same purpose. The goal here seems to be for Saudi Arabia to be as inescapable as the oil that gave the nation its wealth to begin with—to have a hand in everything you see on a screen or in an arena, to put its dollars into things you can't live without. So that, by extension, you can't live without Saudi Arabia—and whatever Saudi Arabia chooses to do with its power.

FINANCIAL TIMES

Artificial intelligence

Music labels close to landmark AI licensing deals

Universal and Warner seek payment structure similar to streaming as more disruption looms



Taylor Swift is signed to Republic Records, a division of Universal Music © Getty

Anna Nicolaou in New York OCTOBER 2, 2025

Universal Music and Warner Music are nearing landmark AI licensing deals, according to people familiar with the matter, as record labels try to set the terms for how tech groups pay for music.

Universal and Warner — homes to acts including Taylor Swift, Kendrick Lamar, Charli XCX and Coldplay — could each strike deals with artificial intelligence companies within weeks, the people said.

Talks have involved start-ups including ElevenLabs, Stability AI, Suno, Udio and Klay Vision, the people said.

The music companies are also in talks with large technology groups including Google and Spotify.

The labels see the talks as a proactive way to handle disruption by AI and avoid the mis-steps of the internet era — a moment that nearly destroyed their business at the turn of the millennium.

The talks have centred on how the labels license their songs for creating AI-generated tracks and for training large language models, according to people familiar with the matter.

They are seeking a payment structure similar to that for streaming, whereby playing a song triggers a micropayment. To calculate payments, the labels want AI groups to develop attribution technology, akin to YouTube's content ID system, that can identify when their music is used.

It was unclear which companies were closest to striking deals, people involved in the talks said.

Spotify was still in the early stages of exploring how to integrate generative AI tools to its platform and no deal was imminent, said three people with knowledge of the matter.

The music labels hoped the landmark deals would set a precedent for how AI companies pay for music, said people familiar with the discussions, although the models may differ for each platform.

AI-generated tracks are increasingly infiltrating streaming services. French streaming service Deezer said in September that nearly a third of the tracks uploaded to its platform were AI-generated. Last week, Spotify said it removed 75mn "spammy" AI-generated tracks in the past year.

Sony Music, the third major and home to Adele and Beyoncé, said: "We are in discussions with companies that have ethically trained models and that benefit our artists and songwriters."

Elliot Grainge, chief executive of Atlantic Records, likened the current moment to the "Napster and LimeWire phase of 2002", when new free music-sharing services hammered the music industry, but said he was "very bullish" about the opportunity.

"We saw an industry lose 50, 60, 70 per cent of its value . . . Labels have a responsibility to negotiate the best deals for their artists — and they're really good at that. They learned from their mistakes in the past. They understand survival now because of that tumultuous period," Grainge told the Financial Times last month.

"I have great faith in the soon-to-be marriage between rights-holders, artists and these AI platforms," he said.

Executives cautioned that the deals would be more complex than those in streaming, as AI can use music in unclear ways — not just playing songs or making tracks — and artists might be wary.

"What's different is when you take the entire history of music and feed it into a model that produces something unrecognisable. The question is: are artists going to get on board?" said one senior label executive.

“It depends on the contract. Most say: ‘I trust you to do the right deals on my behalf.’ It would be impossible to go back to artists each time and ask, ‘Are you OK with this use of your music?’ At some point, there will be a big precedential deal,” the executive said.

In 2024, the leading record companies sued Suno and Udio for copyright infringement. But they were now in talks with both start-ups and hoped to reach licensing agreements that would include a settlement for past use of their music, said people familiar with the discussions.

The Hollywood Reporter

Does Sora 2 Come to Hollywood in Peace — Or to Leave It in Pieces?

Two tech-y THR staffers hash out what the latest OpenAI wildness means.

By Steven Zeitchik, Julian Sancton September 30, 2025



OpenAI's Sora 2 demo included a Viking-ish visual made with the prompt "Vikings Go To War — North Sea Launch." OpenAI

On Tuesday, OpenAI dropped Sora 2, the newest iteration of its 2024-launched video-generation tool. Figure skaters with cats on their heads, dog astronauts gobbling tennis balls, unusually agile horseback riders standing astride multiple animals — these were some of the snippets seen in its short video presentation.

Sure, the model still struggles with dialogue — notice that the scenes feature mostly voiceover when there are words at all. And slow down the videos to individual frames and you'll see plenty of hallucinations. But OpenAI did enough shiny things Tuesday to make users take notice. The company will release — first by invite, and then presumably commercially — a tool that will let users prompt these videos into existence and share on their social feeds. Now instead of dunking on people with off the rack memes or shooting a quick video to troll our friends we'll just prompt them into existence.

“Sora 2 can do things that are exceptionally difficult — and in some instances outright impossible — for prior video generation models: Olympic gymnastics routines, backflips on a paddleboard that accurately model the dynamics of buoyancy and rigidity, and triple axels while a cat holds on for dear life, “the company said in a statement.

So what will this mean for our content landscape? For Hollywood producers? For all of us entertainment consumers? The news also comes amid reports that the company will launch a Sora-powered social app and that Hollywood studios will need to opt out — read: request takedowns — of any video it finds distastefully close to its own protected IP. Taken together, these news developments seem to be hinting at a world of video we've been waiting on for a while now. The AI-ification of our TikTok feed is upon us.

The Hollywood Reporter's senior tech editor Steven Zeitchik and senior features editor Julian Sancton sat down to make sense of what they saw.

**

Julian Sancton: So how do you read today's announcement? Does OpenAI, which has been having not-so-open talks with Hollywood about encouraging the use of their tools in traditional filmmaking, now give up that approach in favor of allowing the public to make 10-second clips? Or is this just a way to make some cash until the technology to make longer clips becomes viable?

Steven Zeitchik: The $64,000 dollar question. Or I guess $500 billion question, given OpenAI's valuation: Are they trying to be AI TikTok or do they still have hope of being next-gen Pixar? Of course, maybe we're being too old-line in our thinking. Maybe there won't be a next-gen Pixar — maybe that top down, elite producers-mass consumers binary, if OpenAI has its way, is a model of the past. Maybe what they're really after is a world where studios are just sort of IP gatekeepers and we're all creating within it.

JS: It certainly seems like being AI TikTok is cheaper and more profitable! At least for OpenAI. And it's a lot more attainable now.

SZ: And so where does all this leave high-end Hollywood-type video? There are only so many hours in the day, and if these tools catch on we'll be spending a lot more of them watching or creating our own slop-y videos instead of the professional kind. Studios and even influencers will feel the squeeze.

JS: I would be very surprised if Hollywood allows this “opt-out” model to stand unchallenged. The studios, as you've noted before, would much prefer to control the memeification of their IP.

SZ: Right, doesn't this all work its way toward a deal? Like right now studios are fighting and OpenAI argues fair use and it's very line-in-the-sand. But ultimately it seems to me it's all about setting terms for negotiation. Sora 2 or Google Veo or whatever tool we use to create these videos will come with branded characters, and studios will get a cut of that. They'll move more from a production model to a rights-management model. Which has kind of been happening anyway.

JS: But do you think studios will really go for that? I do doubt that studios would be happy making movies without having to deal with actors and writers and crews.

SZ: You think they'd prefer to deal with actors and crews?

JS: I think for all their cutthroat tactics and greed, the execs did not necessarily get in this business just to make money. Scratch most of them and you'll find a failed artist.

SZ: The Matt Remick factor. I guess it comes down to how many of them there are — the quiet idealists in the C-suite. You think there are many. You're much more of an optimist than I am.

JS: Let's not forget the studios are also still smarting from the strikes. So they don't want to openly pursue these meme business models.

SZ: Very smart point: the labor optics aren't great if they're making deals with these companies.

JS: And the more AI is used for memes the more solid the unions' leverage gets. The guild leaders can say "Is that the business you want to be in? Or do you want to be in business with us?

SZ: That's true. But the boards have a say here too. Pixar — not to pick on them — but Pixar takes on many billions of dollars of risk and many thousands of employees of overhead. OpenAI and SV will essentially be saying "Here's a much shinier proposition we have for you, Hollywood — give us your stuff and we'll make you Pixar money without having to build the thing or take flyers on 10-year development cycles."

JS: I should say I'm a little skeptical of what these tools can do. It's still just prompting a model and seeing what you get, like a slot machine. That's what they all are. And there's also the consumer-appeal factor. ChatGPT's great innovation was the simple user interface which I haven't seen here yet.

SZ: That's true. But I think we both agree that today's drop does make it easier for us to imagine a world, collectively and individually, where you don't have to shoot a video to post it. Like it will seem like cheating for a second and of course also frustrating because of all the hallucinations and flying unicorns but it does seem like the road is getting dramatically shorter from where we've been to a place where we just speak/type a video and then share it

JS: It's notable that OpenAI is launching a wide ad campaign for Sora 2 and the app, including print ads. They want this to be the standard. It will make it easier for people to try their hand at it. What takes a little savvy now — the horribly offensive Chuck Schumer deep fake that Donald Trump re-Truthed — will be at anyone's reach in no time.

SZ: And then toss in the IP factor, assuming those deals are made and legal issues are worked out. I can troll you for not going to that party but instead of just words I can have Luke Skywalker do it. Fun for you, for me, and fun for Disney's coffers!

JS: It's just so depressing to see how quickly these AI companies pivoted from this lofty talk of AI's potential to change the world for the better to just pouring gasoline on the social media dumpster fire.

SZ: You were hoping for AGI.

JS: I'm just amazed by how tech history is repeating itself. It took about 10 years for technoutopianism to curdle into dangerous, brainrotting enshittification with social media. AI has achieved it in less than 3. I guess it does speed up progress!

SZ: See you're bleak too. You just garb it in a cloak of optimism. But you're right of course. Sam Altman and OpenAI have been touting different forms of Artificial General Intelligence — a machine than can reason like a human – for years now. And we just keep getting souped up iterations of ChatGPT. It's like: "you won't have an AI Agent that can help you reason through the biggest decisions of your life with utmost clarity but at least you can speak a flying on-screen panda into existence."

JS: This all reminds me of something I write about in my (shameless plug) upcoming book, which is how treasure hunters are less adept at finding treasure than at keeping investors on the hook with big, outrageous promises. Like most shameless of them all, Robert Marx, who said that he was close to finding the greatest Spanish treasure ever lost, a life-sized solid gold statue of the Madonna and child. He never provided evidence that it was even made.

SZ: So you're saying Sam Altman is the Robert Marx of Silicon Valley.

JS: Yes.

SZ: I guess it's better than being the Richard Marx of Silicon Valley. Last thing: How much art do you think survives here? Like, big picture.

JS: I'm an optimist on this. PTA is going to PTA.

SZ: That's true. If you're him. But with so much less room for risk, where is the next PTA coming from? That's what worries me. The automation of production — as opposed to the digitization of distribution, which is what we had in the streaming era — feels like it will lead to so, so much more slop. Obviously there will be exceptions.

JS: So PTA and Slop and little in-between?

SZ: It would be a fitting mirror to the death of the middle class in our broader economy.

JS: Quality inequality.

SZ: At least there's a phrase AI could never come up with.

Los Angeles Times

HOLLYWOOD INC.

Movies TV Awards Music Hollywood Inc. Arts Books Theater Museums & Art Comedy Behold Hero Complex

Hollywood Inc.

AI startup Character.AI removes Disney characters from its chatbot platform after legal letter



Bruce Perry, 17, demonstrates Character.AI, an artificial intelligence chatbot software that allows users to chat with popular characters. (Katie Adkins / Associated Press)

By **Samantha Masunaga** Sept. 30, 2025 Updated 4:07 PM PT

In the latest salvo between Hollywood and artificial intelligence companies, tech start-up Character.AI has removed many Disney characters from its chatbot platform after the Burbank entertainment giant sent the firm a cease-and-desist letter, alleging copyright infringement.

Chatbots on the Character.AI platform impersonated well-known Disney characters such as Elsa, Moana, Peter Parker and Darth Vader and generated replies that simulated the "essence, goodwill, and look and feel of each character" and also incorporated their backstories, according to a letter dated Sept. 18 from a law firm representing Disney.

“These actions mislead and confuse consumers, including vulnerable young people, to believe that they are interacting with Disney’s characters, and to falsely believe that Disney has licensed these characters to, and endorsed their use by, Character.ai,” the letter said. “In fact, Character.ai is freeriding off the goodwill of Disney’s famous marks and brands, and blatantly infringing Disney’s copyrights.”

Disney also raised concerns about reports that chatbots have engaged users in inappropriate conversations.

A spokesperson for the Menlo Park-based startup said in an email that Character.AI responds “swiftly” to rights holders’ requests to remove content and noted that all of the characters on the service are generated by users.

On Tuesday afternoon, a few Disney characters remained on the platform, including Elsa from the hit animated film “Frozen.” The spokesperson said removing the characters is a process.

“We want to partner with the industry and rightsholders to empower them to bring their characters to our platform,” the spokesperson said. “Our goal is to give IP owners the tools to create controlled, engaging and revenue-generating experiences from deep fandom for their characters and stories, expanding their reach using our new, interactive format.”

Friction between Hollywood studios and AI firms has been growing.

In June, Disney and Comcast’s Universal Pictures sued AI company Midjourney, alleging that its image generator infringed on its copyrighted characters from franchises such as “Star Wars” and “Despicable Me.”

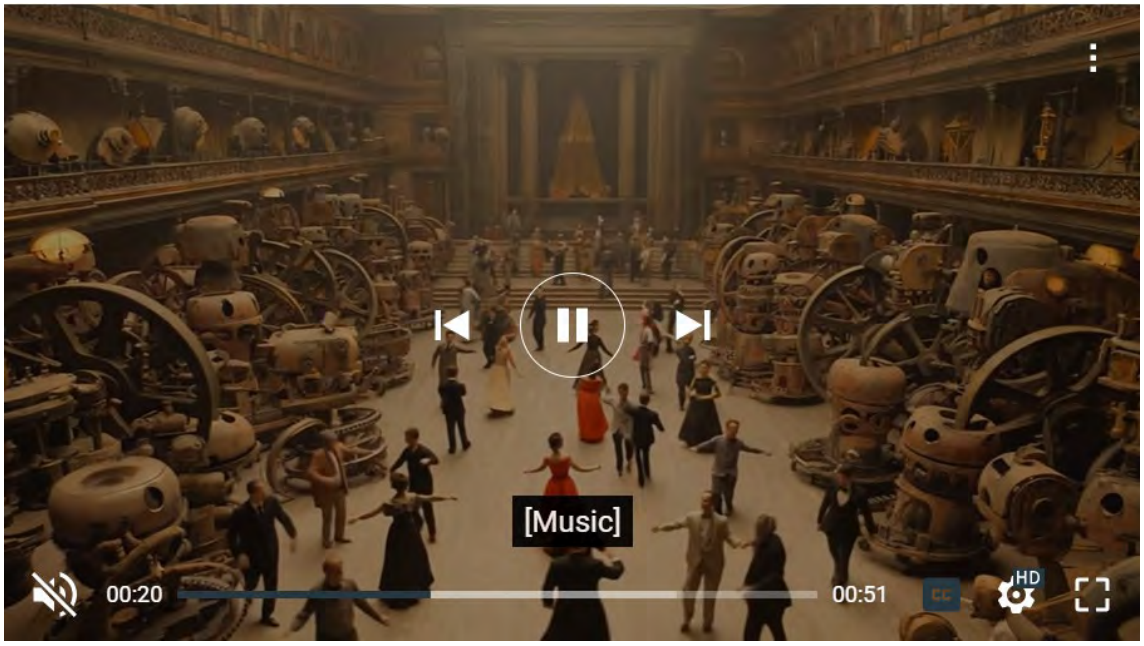
Warner Bros. Discovery joined the legal fight earlier this month, alleging that Midjourney’s software was producing rip-offs of characters such as Scooby-Doo and Superman.

VARIETY

Oct 1, 2025 10:44am PT

AI-Directed Movie 'The Sweet Idleness' Releases Trailer Amid AI Actor Tilly Norwood Controversy: 'The First Movie' Made by an 'AI Agent'

By **Nick Vivarelli**



Italian producer Andrea Iervolino, whose credits include Michael Mann's "Ferrari," is launching a new AI label and has announced production of "The Sweet Idleness" which he touts as "the first film directed by a virtual director."

The film is "conceived to celebrate the poetic and dreamlike language of great European cinema" and directed "by an AI agent" called "FellinAI," according to a statement.

"The Sweet Idleness" depicts "a tomorrow in which only 1% of humanity still works, transforming labor into a symbolic ritual, while the rest of the population lives in the freedom and leisure provided by machines," the provided synopsis says. "Amid cathedral-factories, mechanical clowns, and surreal processions, the 'last workers' become the final masks of a humanity that resists the insolence of labor."

The announcement from Iervolino, who is embroiled in financial litigation having recently parted ways with business partner Monika Bakardi, comes as AI actress Tilly Norwood has sparked backlash from the acting community, prompting SAG-AFTRA to lash out.

“For the first time, the traditional roles of the film industry are being redefined,” Iervolino said in the statement.

“Andrea Iervolino takes on the new role of Human-on-the-Loop — the human supervisor and producer who guides, monitors, and ensures the creative and production consistency of the AI process,” he added.

Andrea Biglione, director of Italian films “Almeno tu nell’universo,” “N.E.E.T.,” “Drony” and producer of the film “Diario di un maniaco perbene,” “is the system’s developer as well as Human-in-the-Loop, a bridge between algorithmic intuition and human artistic sensitivity,” according to the statement.

The cast is provided by Actor+, an in-house agency of The Andrea Iervolino Company, that works with real people. Performers lend their faces, physicality, and personality to bring to life new digital actors and characters, the company noted.

“These digital actors, born from the union of human presence and generative technology, will not exist only on screen: they will continue to live beyond the film, through social media, opinions, interactions, and personal content. The Andrea Iervolino Company defines this new dimension as Digital Human’s Existency — the ‘social and narrative existence’ of the digital actor in the real and online world,” the statement added.

Below is a full statement from Andrea Iervolino about this project

“With ‘The Sweet Idleness’ we celebrate the beginning of a new chapter in the history of cinema. Our vision is simple and at the same time revolutionary: to unite human sensitivity with the creative power of artificial intelligence in order to tell stories that no one has ever imagined before. FellinAI is a director who never sleeps, while Actor+ is a company of actors who live beyond the screen. It is the future, but also a return to the original poetry of cinema.

I want to clarify that this new production approach — led by an AI Agent as director, involving digital actors created from real people, and applied to this project — is not intended to replace traditional cinema. Rather, it is an alternative method of creation.”

DIARIO PALENTINO

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 2944 €
ÁREA: 689 CM² - 80%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2017
OTS: 14000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES

1 Octubre, 2025









1 • La actriz Zendaya da vida en 'Rivales' a una tenista reconvertida en entrenadora en un filme con un competitivo triángulo amoroso. **2** • Paddintong protagoniza una nueva aventura por la selva amazónica con la familia Brown. **3** • La trama de 'Los Tortuga' se centra en el desahucio de la vivienda de una madre y su hija. **4** • Protagonizada por Manuela Vellés,' Cuatro paredes' hace referencia al lugar en el que está rodada.



COMPROMISO CON LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

El otoño llega a Movistar Plus+ con grandes estrenos de películas, buenas dosis de animación y una potente selección de terror para celebrar Halloween y el Festival de Sitges

SPC

Movistar Plus+ llega en octubre con una selección de grandes estrenos que combinan calidad, diversidad y variedad de géneros. Destacan títulos como 'Rivales', 'La acompañante' y 'Paddington: Aventura en la selva'. Octubre también es el mes de Halloween y del Festival de Sitges, con lo que la plataforma refuerza su programación de terror con estrenos y grandes clásicos. Además, la plataforma celebra el Día del Cine Español con una cuidada oferta de cine nacional, y la propuesta romántica del canal Romance por M+.

RIVALES

Desde el viernes, 17 de octubre, Zendaya, Josh O'Connor y Mike Faist despliegan una fascinante química en esta película dirigida por Luca Guadagnino y ambientada en el mundo del tenis profesional. *Rivales* plantea un competitivo y cautivador triángulo amoroso con tres personajes movidos por el deseo y las ansias de ganar.

LA ACOMPAÑANTE

El machismo, el dominio a través de la tecnología, el hombre inseguro, la manipulación y el arcaico arquetipo de mujer perfecta son algunos de los temas que aborda *La acompañante*, la original ópera prima de Drew Hancock, que llega a Movistar Plus el viernes, 24.

PADDINGTON: AVENTURA EN LA SELVA

¡El oso más cortés de toda Inglaterra se va de viaje! Paddington, el amante de la mermelada creado por el escritor infantil Michael Bond, se embarca en una emocionante aventura, junto a la familia Brown, en lo más recóndito de la selva amazónica. Repiten Ben Whishaw como la voz de Paddington y e Imelda Staunton como la de la tía Lucy. Además, se incorporan dos grandes estrellas al reparto como: Antonio Banderas y Olivia Colman.

THE MONKEY

Osgood Perkins sigue revolucionando el cine de terror *indie* con esta divertida, sangrienta y terrorífica comedia en la que dos hermanos gemelos van a tener que lidiar con el trauma generacional, las maldiciones familiares y la aleatoriedad de la muerte. Adaptación de un relato corto de Stephen King. Llegará el último viernes del mes.

LEE MILLER

Desde el día 10, Kate Winslet se pone en la piel de Elizabeth Lee Miller, fotógrafa y fotoperiodista estadounidense cuyas instantáneas durante la II Guerra Mundial están consideradas entre las más representativas del horror de la guerra y del régimen nazi. Basada en el libro *The Lives of Lee Miller*, escrito por el hijo de la fotógrafa, Antony Penrose, la película es un proyecto largamente deseado por la actriz protagonista, para quien es sorprendente que «nunca se haya hecho una película sobre esta increíble mujer».

El malagueño **Antonio Banderas** incorpora su voz a las aventuras del oso Paddington

LOS TORTUGA

Algunas joyas del cine español llegan el día 2 de octubre, con Belén Funes -ganadora del Goya a la mejor dirección novel con *La hija de un ladrón*- vuelve con este deslumbrante drama social, una historia de madres e hijas que habla sobre la familia, la crisis de la vivienda, la inmigración y la pérdida.

CUATRO PAREDES

Toda niña debe estar cuidada por su madre, pero ¿quién cuida a esa madre? Esa es la pregunta que plantea esta conmovedora historia sobre una madre y su hija, cuya relación se ve truncada por la pérdida de un familiar querido por ambas y por las consecuencias económicas y emocionales de esa muerte. Protagonizada por Manuela Vellés (*Caótica Ana*) y Sofía Otero (*20.000 especies de abejas*) el título de la película, *Cuatro paredes*, hace referencia al lugar en el que está rodada casi en su totalidad. Se estrena en Movistar Plus, a partir del jueves 16 de octubre.

Diario de Ávila

1 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 49
AVE: 2942 €
ÁREA: 689 CM² - 80%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 877
OTS: 7000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES









1 • La actriz Zendaya da vida en 'Rivales' a una tenista reconvertida en entrenadora en un filme con un competitivo triángulo amoroso. 2 • Paddintong protagoniza una nueva aventura por la selva amazónica con la familia Brown. 3 • La trama de 'Los Tortuga' se centra en el desahucio de la vivienda de una madre y su hija. 4 • Protagonizada por Manuela Vellés,' Cuatro paredes' hace referencia al lugar en el que está rodada.



COMPROMISO CON LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

El otoño llega a Movistar Plus+ con grandes estrenos de películas, buenas dosis de animación y una potente selección de terror para celebrar Halloween y el Festival de Sitges

SPC

Movistar Plus+ llega en octubre con una selección de grandes estrenos que combinan calidad, diversidad y variedad de géneros. Destacan títulos como 'Rivales', 'La acompañante' y 'Paddington: Aventura en la selva'. Octubre también es el mes de Halloween y del Festival de Sitges, con lo que la plataforma refuerza su programación de terror con estrenos y grandes clásicos. Además, la plataforma celebra el Día del Cine Español con una cuidada oferta de cine nacional, y la propuesta romántica del canal Romance por M+.

RIVALES

Desde el viernes, 17 de octubre, Zendaya, Josh O'Connor y Mike Faist despliegan una fascinante química en esta película dirigida por Luca Guadagnino y ambientada en el mundo del tenis profesional. *Rivales* plantea un competitivo y cautivador triángulo amoroso con tres personajes movidos por el deseo y las ansias de ganar.

LA ACOMPAÑANTE

El machismo, el dominio a través de la tecnología, el hombre inseguro, la manipulación y el arcaico arquetipo de mujer perfecta son algunos de los temas que aborda *La acompañante*, la original ópera prima de Drew Hancock, que llega a Movistar Plus el viernes, 24.

PADDINGTON: AVENTURA EN LA SELVA

¡El oso más cortés de toda Inglaterra se va de viaje! Paddington, el amante de la mermelada creado por el escritor infantil Michael Bond, se embarca en una emocionante aventura, junto a la familia Brown, en lo más recóndito de la selva amazónica. Repiten Ben Whishaw como la voz de Paddington y e Imelda Staunton como la de la tía Lucy. Además, se incorporan dos grandes estrellas al reparto como: Antonio Banderas y Olivia Colman.

THE MONKEY

Osgood Perkins sigue revolucionando el cine de terror *indie* con esta divertida, sangrienta y terrorífica comedia en la que dos hermanos gemelos van a tener que lidiar con el trauma generacional, las maldiciones familiares y la aleatoriedad de la muerte. Adaptación de un relato corto de Stephen King. Llegará el último viernes del mes.

LEE MILLER

Desde el día 10, Kate Winslet se pone en la piel de Elizabeth Lee Miller, fotógrafa y fotoperiodista estadounidense cuyas instantáneas durante la II Guerra Mundial están consideradas entre las más representativas del horror de la guerra y del régimen nazi. Basada en el libro *The Lives of Lee Miller*, escrito por el hijo de la fotógrafa, Antony Penrose, la película es un proyecto largamente deseado por la actriz protagonista, para quien es sorprendente que «nunca se haya hecho una película sobre esta increíble mujer».

El malagueño **Antonio Banderas** incorpora su voz a las aventuras del oso Paddington

LOS TORTUGA

Algunas joyas del cine español llegan el día 2 de octubre, con Belén Funes -ganadora del Goya a la mejor dirección novel con *La hija de un ladrón*- vuelve con este deslumbrante drama social, una historia de madres e hijas que habla sobre la familia, la crisis de la vivienda, la inmigración y la pérdida.

CUATRO PAREDES

Toda niña debe estar cuidada por su madre, pero ¿quién cuida a esa madre? Esa es la pregunta que plantea esta conmovedora historia sobre una madre y su hija, cuya relación se ve truncada por la pérdida de un familiar querido por ambas y por las consecuencias económicas y emocionales de esa muerte. Protagonizada por Manuela Vellés (*Caótica Ana*) y Sofía Otero (*20.000 especies de abejas*) el título de la película, *Cuatro paredes*, hace referencia al lugar en el que está rodada casi en su totalidad. Se estrena en Movistar Plus, a partir del jueves 16 de octubre.

Diario de Burgos

PAÍS: España
PÁGINAS: 69
AVE: 3406 €
ÁREA: 688 CM² - 80%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 6162
OTS: 58000
SECCIÓN: TELEVISION

1 Octubre, 2025









1 · La actriz Zendaya da vida en 'Rivales' a una tenista reconvertida en entrenadora en un filme con un competitivo triángulo amoroso. **2** · Paddinton protagoniza una nueva aventura por la selva amazónica con la familia Brown. **3** · La trama de 'Los Tortuga' se centra en el desahucio de la vivienda de una madre y su hija. **4** · Protagonizada por Manuela Vellés y Sofía Otero (foto),' Cuatro paredes' hace referencia al lugar en el que está rodada.



COMPROMISO CON LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

El otoño llega a Movistar Plus+ con grandes estrenos de películas, buenas dosis de animación y una potente selección de terror para celebrar Halloween y el Festival de Sitges

SPC

Movistar Plus+ llega en octubre con una selección de grandes estrenos que combinan calidad, diversidad y variedad de géneros. Destacan títulos como 'Rivales', 'La acompañante' y 'Paddington: Aventura en la selva'. Octubre también es el mes de Halloween y del Festival de Sitges, con lo que la plataforma refuerza su programación de terror con estrenos y grandes clásicos. Además, la plataforma celebra el Día del Cine Español con una cuidada oferta de cine nacional, y la propuesta romántica del canal Romance por M+.

RIVALES

Desde el viernes, 17 de octubre, Zendaya, Josh O'Connor y Mike Faist despliegan una fascinante química en esta película dirigida por Luca Guadagnino y ambientada en el mundo del tenis profesional. *Rivales* plantea un competitivo y cautivador triángulo amoroso con tres personajes movidos por el deseo y las ansias de ganar.

LA ACOMPAÑANTE

El machismo, el dominio a través de la tecnología, el hombre inseguro, la manipulación y el arcaico arquetipo de mujer perfecta son algunos de los temas que aborda *La acompañante*, la original ópera prima de Drew Hancock, que llega a Movistar Plus el viernes, 24.

PADDINGTON: AVENTURA EN LA SELVA

¡El oso más cortés de toda Inglaterra se va de viaje! Paddington, el amante de la mermelada creado por el escritor infantil Michael Bond, se embarca en una emocionante aventura, junto a la familia Brown, en lo más recóndito de la selva amazónica. Repiten Ben Whishaw como la voz de Paddington y e Imelda Staunton como la de la tía Lucy. Además, se incorporan dos grandes estrellas al reparto como: Antonio Banderas y Olivia Colman.

THE MONKEY

Osgood Perkins sigue revolucionando el cine de terror *indie* con esta divertida, sangrienta y terrorífica comedia en la que dos hermanos gemelos van a tener que lidiar con el trauma generacional, las maldiciones familiares y la aleatoriedad de la muerte. Adaptación de un relato corto de Stephen King. Llegará el último viernes del mes.

LEE MILLER

Desde el día 10, Kate Winslet se pone en la piel de Elizabeth Lee Miller, fotógrafa y fotoperiodista estadounidense cuyas instantáneas durante la II Guerra Mundial están consideradas entre las más representativas del horror de la guerra y del régimen nazi. Basada en el libro *The Lives of Lee Miller*, escrito por el hijo de la fotógrafa, Antony Penrose, la película es un proyecto largamente deseado por la actriz protagonista, para quien es sorprendente que «nunca se haya hecho una película sobre esta increíble mujer».

El malagueño **Antonio Banderas** incorpora su voz a las aventuras del oso Paddington

LOS TORTUGA

Algunas joyas del cine español llegan el día 2 de octubre, con Belén Funes -ganadora del Goya a la mejor dirección novel con *La hija de un ladrón*- vuelve con este deslumbrante drama social, una historia de madres e hijas que habla sobre la familia, la crisis de la vivienda, la inmigración y la pérdida.

CUATRO PAREDES

Toda niña debe estar cuidada por su madre, pero ¿quién cuida a esa madre? Esa es la pregunta que plantea esta conmovedora historia sobre una madre y su hija, cuya relación se ve truncada por la pérdida de un familiar querido por ambas y por las consecuencias económicas y emocionales de esa muerte. Protagonizada por Manuela Vellés (*Caótica Ana*) y Sofía Otero (*20.000 especies de abejas*) el título de la película, *Cuatro paredes*, hace referencia al lugar en el que está rodada casi en su totalidad. Se estrena en Movistar Plus, a partir del jueves 16 de octubre.

CINE Y TELEVISIÓN

Compromiso con la industria audiovisual

SPC - miércoles, 1 de octubre de 2025

El otoño llega a Movistar Plus+ con grandes estrenos de películas, buenas dosis de animación y una potente selección de terror para celebrar Halloween y el Festival de Sitges



La actriz Zendaya da vida en 'Rivales' a una tenista reconvertida en entrenadora en un filme con un competitivo triángulo amoroso. - Foto: Movistar Plus+

Movistar Plus+ llega en octubre con una selección de grandes estrenos que combinan calidad, diversidad y variedad de géneros. Destacan títulos como 'Rivales', 'La acompañante' y 'Paddington: Aventura en la selva'. Octubre también es el mes de Halloween y del Festival de Sitges, con lo que la plataforma refuerza su programación de terror con estrenos y grandes clásicos. Además, la plataforma celebra el Día del Cine Español con una cuidada oferta de cine nacional, y la propuesta romántica del canal Romance por M+.

Rivales

Desde el viernes, 17 de octubre, Zendaya, Josh O'Connor y Mike Faist despliegan una fascinante química en esta película dirigida por Luca Guadagnino y ambientada en el mundo del tenis profesional. Rivales plantea un competitivo y cautivador triángulo amoroso con tres personajes movidos por el deseo y las ansias de ganar.

La acompañante

El machismo, el dominio a través de la tecnología, el hombre inseguro, la manipulación y el arcaico arquetipo de mujer perfecta son algunos de los temas que aborda La acompañante, la original ópera prima de Drew Hancock, que llega a Movistar Plus el viernes, 24.

Paddington: aventura en la selva

¡El oso más cortés de toda Inglaterra se va de viaje! Paddington, el amante de la mermelada creado por el escritor infantil Michael Bond, se embarca en una emocionante aventura, junto a la familia Brown, en lo más recóndito de la selva amazónica. Repiten Ben Whishaw como la voz de Paddington y e Imelda Staunton como la de la tía Lucy. Además, se incorporan dos grandes estrellas al reparto como: Antonio Banderas y Olivia Colman.

The monkey

Osgood Perkins sigue revolucionando el cine de terror indie con esta divertida, sangrienta y terrorífica comedia en la que dos hermanos gemelos van a tener que lidiar con el trauma generacional, las maldiciones familiares y la aleatoriedad de la muerte. Adaptación de un relato corto de Stephen King. Llegará el último viernes del mes.

Lee Miller

Desde el día 10, Kate Winslet se pone en la piel de Elizabeth Lee Miller, fotógrafa y fotoperiodista estadounidense cuyas instantáneas durante la II Guerra Mundial están consideradas entre las más representativas del horror de la guerra y del régimen nazi. Basada en el libro The Lives of Lee Miller, escrito por el hijo de la fotógrafa, Antony Penrose, la película es un proyecto largamente deseado por la actriz protagonista, para quien es sorprendente que «nunca se haya hecho una película sobre esta increíble mujer».

Los Tortuga

Algunas joyas del cine español llegan el día 2 de octubre, con Belén Funes -ganadora del Goya a la mejor dirección novel con La hija de un ladrón- vuelve con este deslumbrante drama social, una historia de madres e hijas que habla sobre la familia, la crisis de la vivienda, la inmigración y la pérdida.

Cuatro paredes

Toda niña debe estar cuidada por su madre, pero ¿quién cuida a esa madre? Esa es la pregunta que plantea esta conmovedora historia sobre una madre y su hija, cuya relación se ve truncada por la pérdida de un familiar querido por ambas y por las consecuencias económicas y emocionales de esa muerte. Protagonizada por Manuela Vellés (Caótica Ana) y Sofía Otero (20.000 especies de abejas) el título de la película, Cuatro paredes, hace referencia al lugar en el que está rodada casi en su totalidad. Se estrena en Movistar Plus, a partir del jueves 16 de octubre.

INFORMACIÓN PUBLICADA POR TRIBUNA DE LEÓN, TRIBUNA DE ÁVILA, TRIBUNA DE ZAMORA, TRIBUNA DE SALAMANCA, TRIBUNA DE SEGOVIA, TRIBUNA DE BURGOS, DIARIO DE BURGOS, DIARIO PALENTINO, DIARIO DE ÁVILA, LA TRIBUNA DE ALBACETE, LA TRIBUNA DE CIUDAD REAL, LA TRIBUNA DE TOLEDO, LA TRIBUNA DE CUENCA, LA TRIBUNA DE GUADALAJARA, EL DÍA DE SEGOVIA, EL DÍA DE SORIA, EL DÍA DE VALLADOLID

Movistar Plus+ arranca octubre con “Los Tortuga” y la esperada “Paddington: Aventura en la selva”

Los primeros estrenos de octubre en Movistar Plus+: de la lucha social a la aventura familiar.



“Paddington: Aventura en la selva” y “Los Tortuga” - vemosTV

Por Alicia MarínAlicia Marín 30/09/2025

El mes de octubre arranca su primera semana en Movistar Plus+ con dos propuestas muy distintas que llegan a la plataforma en días consecutivos. Por un lado, “Los Tortuga” (109 minutos), un drama social dirigido por Belén Funes que se estrena el jueves 2 y que pone el foco en temas tan actuales como la crisis de la vivienda, la inmigración y la fragilidad de los lazos familiares en contextos de desigualdad.

Por otro, a partir del viernes 3, los espectadores podrán disfrutar de “Paddington: Aventura en la selva” (106 minutos), la nueva entrega de las peripecias del oso más querido de Inglaterra, que en esta ocasión emprende un viaje al corazón de la Amazonia junto a la familia Brown.

Dos estrenos que representan el contraste entre el cine social de autor y el cine familiar de aventuras: historias que, desde registros muy diferentes, buscan emocionar al espectador. Mientras “Los Tortuga” ofrece una mirada íntima y desgarradora sobre la relación de una madre y su

hija enfrentadas a un desahucio, "Paddington: Aventura en la selva" propone un relato lleno de humor, ternura y misterio en escenarios exóticos, con un reparto internacional en el que destacan Antonio Banderas y Olivia Colman.

"Los Tortuga" (España, 109 minutos)

- Desde el jueves 2 de octubre

Belén Funes, ganadora del Goya a la mejor dirección novel por "La hija de un ladrón", regresa con un drama social que vuelve a situarla en primera línea del cine español contemporáneo. "Los Tortuga" sigue la historia de Delia y Anabel, madre e hija que intentan salir adelante en medio de una situación límite.



Delia es taxista y emigró desde Chile al barrio barcelonés de Collblanc hace dos décadas. Su hija Anabel, de 18 años, acaba de empezar la carrera de comunicación audiovisual en Barcelona, un sueño alcanzado tras un gran esfuerzo, ya que la nota de corte era muy elevada.

Sin embargo, el futuro de ambas se tambalea cuando reciben una carta inesperada: la inmobiliaria les comunica que deben abandonar el piso en el que han vivido siempre porque la finca ha sido adquirida por un fondo buitre.

A esa amenaza se suma el silencio sobre una herida aún más profunda: la muerte de Julián, esposo y padre, en un accidente del que nadie quiere hablar. Entre la presión del desahucio y el dolor no resuelto, "Los Tortuga" se adentra en una historia sobre la resistencia cotidiana, la pérdida y el vínculo inquebrantable entre madre e hija.

“Paddington: Aventura en la selva” (Reino Unido, 106 minutos)

- Desde el viernes 3 de octubre

Tras conquistar a públicos de todas las edades, el oso Paddington regresa con una nueva película que combina humor, ternura y acción. Basado en el personaje creado por el escritor infantil Michael Bond, esta entrega reúne a la familia Brown y a nuevos rostros para una aventura que traslada la acción desde Londres hasta los paisajes más salvajes del continente americano.



En esta ocasión, Paddington viaja junto a los Brown para visitar a su tía Lucy en Perú. Lo que comienza como un viaje familiar se convierte en una investigación llena de enigmas que los lleva hasta la selva amazónica y las montañas peruanas.

Ben Whishaw repite como la voz del oso, e Imelda Staunton vuelve a interpretar a la tía Lucy. En el reparto también regresan Hugh Bonneville como Henry Brown y Sally Hawkins en el papel de Mary Brown, junto a dos fichajes estelares: Antonio Banderas y Olivia Colman, que aportan aún más atractivo internacional a la saga.

Con 106 minutos de duración, “Paddington: Aventura en la selva” es una apuesta familiar que combina el humor británico con la espectacularidad de un viaje por tierras exóticas, pensada para cautivar a niños y adultos por igual.

okdiario
TELEVISIÓN, CINE Y SERIES

Estrenos de Movistar Plus en octubre: Zendaya, los Looney Tunes y la película del cancelado Jonathan Majors

Repasamos las principales novedades fílmicas que aterrizarán en la plataforma de Telefónica



'Rivales' (MGM), El día que la Tierra explotó' (Warner Bros) y 'Magazine Dreams' (Briarcliff Entertainment).

Francisco-Eme 30/09/2025

Con la llegada inminente del mes de octubre, las salas de cine se preparan para proyectar alguna de esas películas clave del circuito final de premios. Igualmente, el streaming hace lo propio y como viene siendo habitual, ya tenemos preparada nuestra lista con los mejores estrenos que aterrizarán en las próximas semanas en el catálogo de Movistar Plus. La selección contiene un éxito de Zendaya, un filme cancelado y una historia protagonizada por la hermana de Pedro Pascal, entre muchas otras

Mejores estrenos Movistar Plus: octubre

'Los Tortuga'

Drama social que nos pone en la piel de Anabel, una joven de 18 años que vive con su madre mientras estudia primero de comunicación audiovisual. Le costó mucho entrar en la carrera y ahora una carta en el correo del domicilio podría cambiarlo todo.

- Reparto: Antonia Zegers, Elvira Lara, Mamen Camacho, Pedro Romero, Lorena Aceituno y Estefanía de los Santos
- Fecha de estreno: día 2



'Paddington: Aventuras en la selva'



'Paddington: Aventuras en la selva' (Studiocanal).

La tercera entrega de la saga traslada a la familia Brown y a Paddington a visitar a la tía Lucy en Perú. Sin embargo, lo que parece un viaje familiar normal y corriente se convierte n una aventura por la selva y las montañas del lugar.

- Reparto: Hugh Bonneville, Emily Mortimer, Antonio Banderas, Olivia Colman, Julia Walters, Madeleine Harris y Samuel Joslin
- Fecha de estreno: día 3

`Magazine Dreams'



Tras muchas dificultades para encontrar distribuidora en las salas por culpa de la condena de Jonathan Majors por acoso contra su ex, este valorado drama por la crítica retrata la obsesión de un culturista amateur que bajo cualquier precio, quiere alcanzar la gloria

- Reparto: Jonathan Majors, Haley Bennet, Taylour Paige, Michael O'Hearn y Andrea Figliomeni
- Fecha de estreno: día 5

`La buena suerte'



Gracia Querejeta adapta la novela homónima de Rosa Montero, contándonos la historia de Pablo, un famoso arquitecto que lo deja todo para pasar al anonimato.

En el otro lado tenemos a Raluca, una mujer que decidió confiar en su suerte, a pesar de que la vida no siempre se lo ha puesto fácil.

- Reparto: Hugo Silva, Megan Montaner, Miguel Rellán, Eva Ugarte, Ismael Martínez, Francisca Horcajo y Álvaro Rico
- Fecha de estreno: día 6

`Miss Carbón'



Lux Pascal, bajo la dirección de Agustina Macri, nos presenta la historia real de Carla Antonella Rodríguez, la primera minera de una región de Argentina donde las mujeres tenían prohibido el trabajo en las canteras.

- Reparto: Lux Pascal, Paco León, Laura Grandinetti, Romina Escobar y Gabriela Pastor
- Fecha de estreno: día 12

`El día que la Tierra explotó'



Es uno de los estrenos de Movistar Plus en octubre más esperados, sobre todo porque el título estuvo a punto de no salir a la luz por culpa de Warner Bros. Distribuida finalmente por Ketchup Entertainment, este homenaje a las cintas de serie B tiene como protagonistas a Porky y al pato Lucas, los cuales deberán salvar el mundo de una invasión alienígena.

- Reparto: (voces en la versión original de Eric Bauza, Candi Milo, Peter macNiol, Laraine Newman y Fred Tatasciore).
- Fecha de estreno: día 15

'Rivales'



Es con diferencia uno de los estrenos de Movistar Plus más relevantes de este mes de octubre. Dirigida por Luca Guadagnino (Call me by your name), Rivales se centra en el triángulo amoroso entre una ex tenista profesional, su antiguo novio y su actual marido. Traiciones, mucha tensión sexual de por medio y un partido que ganar.

- Reparto: Zendaya, Josh O'Connor, Mike Faist, A. J. Lister y Nada Despotovich
- Fecha de estreno: día 17

'La acompañante'

Ha sido uno de los thrillers del 2025, entre otras cosas por la originalidad de un guion brillantemente interpretado por Sophie Thatcher. Según su sinopsis oficial, «la muerte de un multimillonario desencadena una serie de acontecimientos para Iris y sus amigos durante un viaje de fin de semana a su finca junto al lago».

- Reparto: Tatcher, Jack Quaid, Lukas Cage, Megan Suri, Harvey Guillén y Rupert Friend
- Fecha de estreno: día 24