RESUMEN DE MEDIOS **LUNES, 20 DE OCTUBRE DE 2025**

PARTIDO EN MIAMI: POLÉMICA TELEVISIONES

Las protestas contra el partido en Miami enfrentan a la Liga y la AFE e involucran a las televisiones (VARIOS)

Paco González aplaude la decisión que ha tomado Movistar Plus+ durante el parón en protesta por el partido de Miami: "Enhorabuena" (COPE)

La correspondencia entre la patronal y el sindicato desvela la fuerte tensión. Las televisiones emiten un plano lejano y un mensaje por la paz (EL PAÍS + editorial)

"Miami Vice: el fútbol era de los hinchas y de los jugadores antes de empezar a serlo de las televisiones" (Manuel Jabois, en EL PAÍS)

Sevilla y Mallorca también pararon, aunque en esta ocasión sí se pudo observar el parón (El Mundo + editorial)

LaLiga oculta la protesta de los jugadores: Las cámaras de Movistar+ mostraron una vista aérea e imágenes de los entrenadores (ABC)

Los futbolistas se plantan y LaLiga censura las imágenes en televisión (AS)

La realización televisiva, con un plano cerradísimo, ha mostrado la protesta de los jugadores en el inicio del Sevilla-Osasuna (El Periódico)

La televisión silencia la primera protesta de los jugadores contra el partido en Miami (El Correo, La Vanguardia)

LaLiga volvió a censurar la protesta de los futbolistas y lo enmascaró con su "compromiso por la paz" (Vertele)

MOVISTAR PLUS+

La Semana del Corto de la Comunidad de Madrid rinde homenaje a Guadalupe Arensburg, directora del Departamento de Cortometrajes de Movistar Plus+ (Rubik Audiovisual)

Cristina Burzako recuerda su etapa en Movistar Plus+ en Código 84 (Revista de AECOC)

Antoni Daimiel: "Recibí comunicación de Amazon y DAZN, pero no se dieron las circunstancias para renunciar a todo" (Huffington Post)

Susana Guasch: "Tengo 46 años y me siguen llamando enchufada... Es increíble" (MARCA)

"Una superestrella con cerebro y corazón" (Carlos Boyero y los comentaristas de fútbol de Movistar Plus+, en EL PAÍS)

TELEFÓNICA

Telefónica sienta las bases de su próximo ERE con un pacto social (Ignacio del Castillo en Expansión)

La exigencia de los sindicatos a Marc Murtra en el posible ERE de Telefónica: «queremos que se priorice la voluntariedad» (Economía Digital)

DEPORTE Y TV

Apple se hace con los derechos de emisión de la F1 en Estados Unidos durante cinco años por unos 750 millones de dólares (The Wall Street Journal, Financial Times)

Apple TV se convertirá en la emisora exclusiva de Fórmula Uno en Estados Unidos a partir de 2026 (The Athletic, Variety)

El salto de la Fórmula 1 a Apple TV para llegar a los corazones de los fans estadounidenses (The Athletic)

DAZN quiere reforzarse en el mercado hispanohablante en EEUU a través del fútbol (Sport Business)

Una conversación con el comisionado de la NBA, Adam Silver, sobre el acuerdo de derechos de 76 mil millones de dólares y cómo la IA transformará su negocio (Puck)

Cómo se ha convertido la NBA en una "empresa tecnológica y de medios" (The Athletic)

¿Quién emitirá los partidos de la NBA en España? Así queda el reparto de derechos televisivos de la liga (AS)

Cuántos partidos NBA de tu equipo puedes ver dependiendo si estás suscrito a 'DAZN' o 'Prime Video'. ¿Y Movistar? (AS)

TV DE PAGO ESPAÑA

El caos del *streaming* está provocando un fenómeno que creíamos en recesión: las descargas aumentan (Xataka)

Digi TV, Lowi TV, Orange TV y Movistar Plus+ compiten por ofrecer más canales: un señuelo que disfraza estrategias opuestas (Xataka)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

Las incógnitas de la temporada española de premios: ¿dónde han inscrito las películas a sus actores para los Premios Goya 2026? (Kinótico)

Cine español: carteleras saturadas, salas vacías (ABC Cultural)

Sobre la muerte del cine (Eduardo Torres-Dulce en Expansión)

'The Paper', spin-off de 'The Office', y 'Portobello' se estrenarán en Serielizados Fest 2025 (Audiovisual 451)

PRISA Media rearma la dirección de Lacoproductora con la cúpula del área de Audio (DirComfidencial)

OCIO Y HÁBITOS DE CONSUMO EN ESPAÑA

La industria española de los videojuegos entra en periodo de pausa (ABC Empresa)

El rally del gaming acelera en los mercados... pero es un tren al que no puedes subirte sin cinturón (Actualidad Económica)

La Generación Alfa crece viendo YouTube (ABC)

LA ÚLTIMA LLAMADA

Cibrán Isasi, director de "La última llamada": «Intentamos asomarnos a la presión del poder desde un punto de vista humano» (La Voz de Galicia)

Viaje íntimo al poder a través de cuatro expresidentes (La Vanguardia)

"Felipe dejó a Guerra por carta" (Sandra Faginas en La Voz de Galicia)

«La última llamada»: Cuatro odas y algún funeral (Adrián Cámara en La Razón)

CINE ORIGINAL

LOS DOMINGOS

Blanca Soroa, vocación de estrella (EL PAÍS – SModa + edición online)

Alauda Ruiz de Azúa: "Todos necesitamos creer en algo, incluso cuando no sabemos si es verdad" (Artículo 14)

Alauda Ruiz de Azúa: "A tots ens agrada senir-nos tolerants, però de vegades és difícil" (El Punt Avui)

A Alauda Ruiz, directora de «Los domingos», le fascinó la certeza de una amiga que entró en clausura (Religión en Libertad)

De Susana Martín Gijón a "Los domingos": las monjas como tendencia cultural (ELPAÍS - Babelia)

Quiero se monja de clausura (Diario de Navarra)

"El latido de la libertad" (Elena Fernández-pello en La Opinión de la Coruña)

`Los domingos' o el milagro de creer en algo (Gemma Ribera en CómoExplicarte)

SIRÂT

Las opciones de 'Sirat' en los Oscar: séptima en GoldDerby, The Hollywood Reporter y NextBestPicture y novena en Indiewire

Las 20 rivales de 'Sirat' y Óliver Laxe en la carrera del Oscar a la Mejor Película internacional (Kinótico)

Oliver Laxe es profeta en Francia con `Sirat', donde supera los 4,2 millones de euros en los cines y apuntala su carrera al Oscar (Audiovisual 451)

LA BOLA NEGRA

Penélope Cruz sobre su próxima película con Los Javis: "Llego a cada rodaje como una estudiante más" (ELLE)

EL SER QUERIDO

Malena Vila: estrella del sur (Mujer Hoy)

LOS TIGRES

César Vicente vuelve a las pantallas con Los Tigres (Neo2)

Las aguas cristalinas de Ruidera, en la película 'Los Tigres' (Lanza Digital)

FICCIÓN ORIGINAL

EL CENTRO

"Historias de espías" (Sergi Pàmies en La Vanguardia)

"El Centro", quinto estreno en dos meses de una ficción rodada en Málaga (SUR)

POQUITA FE

Raúl Cimas: «El humor es el objetivo, no un papel para envolver las críticas o los insultos» (La Razón)

"Poquita fe" (Víctor-M. Amela en La Vanguardia)

"Poquita Fe" y la herencia de los Alcántara (José Antonio Martínez Perallón,Prensa Ibérica)

SILENCIO

Entrevista con Leticia Dolera protagoniza 'Silencio' (Woman, Harper´s Bazaar)

Eduardo Casanova: "A lo que se le tiene miedo es a la sociedad, al silencio y a un mundo que te silencia por desconocimiento" (Mundo Deportivo)

HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ

"Ser Leiva cansa" (Edu Galán en ABC Cultura)

"Afonía y autopromoción" (Manuel J. Lombardo en Diario de Sevilla)

"Hasta que me quede sin voz": El complejo del artista (Arturo Tena en Cine con Eñe)

UNIVERSO VALDANO

"Una superestrella con cerebro y corazón" (Carlos Boyero en EL PAÍS)

"Cómo ser Kylian Mbappé" (Jorge Valdano en EL PAÍS)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

¿Atracón vs. Capítulo semanal? La estrategia de lanzamiento de Amazon contradice un debate binario (Luminate)

Los cinco principales mercados europeos que impulsarán el crecimiento de Netflix hasta 2030 (3Vision)

Netflix es la plataforma de *streaming* estadounidense que más series cancela, pero también la que más estrena (Matthew Belloni en Puck)

Netflix se abre a las ventanas cinematográficas... hasta cierto punto (Matthew Belloni en Puck)

"Debemos aceptar que los *youtubers* son productores", advirtieron en Mipcom productores tradicionales (Cveintiuno)

Justine Ryst (YouTube) sobre clásicos del cine: «En YouTube, las películas no desaparecen, reviven» (Variety)

WarnerBros.Discovery: el principio del fin de David Zaslav (Puck)

Hortensia Quadreny (Warner Bros. Discovery): "Nuestro contenido está concebido, escrito y producido por y para hispanos" (PRODU)

Warner busca competir con Netflix y Disney con nueva apuesta por los K-dramas (Bloomberg)

Los ingresos de Canal+ caen un 1% en el tercer trimestre afectados por la contracción en Europa (Telecompaper)

MIA ROMA 2025 Las cinco grandes cadenas públicas europeas alertan sobre la «emergencia cultural» en los contenidos infantiles (C21Media)

Hollywood ha aprendido a amar a los *influencers* (The Hollywood Reporter)

El *streamer* indio JioStar reporta dos mil millones de dólares en ingresos semestrales y 400 millones de usuarios de *streaming* (Variety)

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El audiovisual europeo defiende la regulación de la IA para primar el talento local, pero avisa: "España debe acelerar" (El Español-Invertia)

En MIPCOM, la IA no fue una amenaza, fue una oportunidad (The Hollywood Reporter)

PODCAST: IA vs. Lectores de guiones: ¿quién hace mejor el trabajo? (Variety)

MOVISTAR PLUS+

Empezó con la tele y ahora quiere conquistar los cines: Movistar Plus+ estrena este mes tres películas en salas (Xataka)

Serena Williams, la tenista que cambió las reglas del juego: "Mi padre decía que yo era

"Clasificado S": cuando el sexo dejó de ser un pecado (El Periódico de Extremadura, La Opinión de Málaga, La Opinión de Cartagena, La Opinión de Murcia)

Los clientes de Movistar Plus+ dicen adiós a 4 canales en su plataforma OTT (La Razón)

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 74740 €
ÁREA: 584 CM² - 74%

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

19 Octubre, 2025





El parón de los jugadores del Barcelona y el Girona, ayer al inicio del encuentro. DAVID RAMOS (GETTY)

Novena jornada de Liga

LaLiga advirtió de "consecuencias indeseadas" por el parón por Miami

La correspondencia entre la patronal y el sindicato desvela una fuerte tensión. Los futbolistas mantienen las protestas y las televisiones emiten planos lejanos

L. J. MOÑINO / I. GUEVARA
Madrid / Barcelona

Los futbolistas de Primera División continúan secundando los parones de 15 segundos al inicio de los encuentros de esta jornada, en protesta por la falta de información y comunicación de LaLiga ante la programación del encuentro Villarreal-Barcelona para que se celebre en Miami el próximo 20 de diciembre. Las protestas siguen a pie de campo pese al tenso tono de LaLiga, impulsora de este encuentro en el extranjero, frente al sindicato de jugadores, AFE, según la correspondencia cruzada entre ambos organismos y a la que ha accedido EL PAÍS. La patronal advierte de "consecuencias indeseadas" para los jugadores y para los clubes si estos parones continúan.

Pese a ello, la medida de protesta se repitió ayer al inicio del Sevilla-Mallorca, del Barcelona-Girona, del Villarreal-Betis y del Atlético-Osasuna, el primero y el tercero retransmitidos por Movistar, que recibe la señal de LaLiga, y el segundo y el cuarto por Dazn. Durante el parón se emitió un plano lejano del césped, con los jugadores detenidos, y se rotuló en pantalla el mensaje "Compromiso con la paz", en alusión a los conflictos bélicos actuales.

Los parones continúan alimentados por el enfado de los futbolistas por el tratamiento televisivo. En los hoteles de concentración o en los domicilios particulares en los que los capitanes de los equipos siguieron el viernes el inicio del partido entre el Oviedo y el Espanyol que abrió esta jornada reinó una "máxima indignación". La retransmisión de Movistar obvió con un plano exterior del Carlos Tartiere, sin que se viera el césped, el parón de los 22 jugadores.

La protesta se ha extendido por el resto de los equipos, a excepción de los dos implicados (Barcelona y Villarreal) en el controvertido partido a disputarse en territorio estadounidense "para evitar que la acción pudiera interpretarse como una posible medida contra ningún club", según el sindicato de jugadores. Los azulgranas y los amarillos se unieron sin embargo a las quejas. "Teníamos que hacerlo por respeto a nuestros compañeros", coincidieron Pedri y Araujo.

El conflicto se ha inflamado con el paso de las semanas y estalló con la citada medida de protesta por parte de los futbolistas. En el cruce de misivas, entre jueves y el viernes, se aprecia la subida de temperatura del pulso entre patronal y sindicato. En la segunda carta que el jueves le envió el presidente de LaLiga, Javier Tebas, al presidente sindical, David Aganzo, ya aparece un tono admonitorio al advertir al colectivo de jugadores que el parón, al que califica de huelga, es anticonstitucional por vulnerar la normativa en relación a los tiempos de preaviso y las garantías del derecho de huelga. La advertencia incluía la posibilidad de que la medida de los jugadores tuviera "consecuencias indeseadas" tanto individual como colectivamente.

La AFE, con su presidente a la cabeza, y los 20 capitanes de la máxima categoría, rompieron la baraja el jueves tras considerar que después de dos meses solicitando una detallada información sobre el primer partido de la historia de la Liga fuera de España su demanda no ha sido satisfecha y acordaron el paro de 15 segundos al inicio de cada encuentro. No dar por buena la propuesta de la AFE de mantener una reunión el pasado martes y no el 22, 23 o 24 de octubre como proponía LaLiga fue lo que terminó por dinamitar la situación. AFE considera que reunirse después de la comercialización de las entradas del partido de Miami, prevista para el 20 y el 21 de octubre, no tiene sentido.

En una entrevista concedida a este periódico recientemente, Aganzo expuso algunas de las cuestiones que inquietan a los jugadores tales como con qué criterio deportivo se selecciona a los clubes participantes y si recibirán una inyección económica extra; si con el convenio colectivo en la mano, negociado para jugar en España, se van a respetar los derechos de los futbolistas en materia de salud con tiempo suficiente para adaptarse a las temperaturas y al *jet lag;* y si los seguros cuentan con garantías suficientes en caso de lesión incapacitante. En una de las cartas que Tebas envió el viernes a Aganzo, en la que explicaba la trascendencia de los 2.000 millones de euros en 15 años garantizados por la promotora estadounidense Relevent, y los beneficios que supone el partido en Miami, también respondía a algunas de estas cuestiones. Tebas asegura que Barcelona y Villarreal no recibirán compensación económica directa y que el objetivo no es económico a corto plazo, sino estratégico y de proyección.

Los jugadores del Barça y el Villarreal también se unen a sus compañeros

Tebas recuerda el beneficio económico del partido en Estados Unidos

El escrito recalca la importancia de los ingresos televisivos en un contexto de mercado complejo además de garantizar la seguridad jurídica y laboral de los futbolistas, aunque sin apoyarlo con documento alguno. La AFE considera que las respuestas son insuficientes. En la última carta de Tebas a Aganzo, a las 19.30 del viernes, también enviada mediante whatsapp a los 20 capitanes, el primero calificaba de "mala fe" la postura de la AFE, además de convocar la comisión paritaria que negocia el convenio colectivo para el 24 de octubre y sugerir que los parones se detuviesen bajo el riesgo de que la reunión se quede sin objeto. Las amenazas de LaLiga no han surtido efecto y los parones siguen.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 38
AVE: 75750 €
ÁREA: 599 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 108296
OTS: 758000
SECCIÓN: DEPORTES

18 Octubre, 2025





Los jugadores del Oviedo y el Espanyol se quedan parados como protesta en el inicio del partido de ayer. JUAN MANUEL SERRANO ARCE (GETTY)

Novena jornada de Liga

Plante y censura por el partido de Miami

Los futbolistas inician en el Oviedo-Espanyol los paros al principio de cada encuentro como protesta "por la falta de transparencia" de LaLiga, que oculta las imágenes en la retransmisión por televisión

LADISLAO. J. MOÑINO / LORENZO CALONGE / RAFAEL PINEDA

El árbitro Mateo Busquets Ferrer pitó el inicio del Oviedo-Espanyol y allí no se movió nadie. Todos quietos. Los 22 jugadores se quedaron parados durante los primeros segundos como protesta contra el plan de LaLiga de llevar el Villarreal-Barcelona del próximo 20 de diciembre a Miami.

Lo pudo ver el público de El Tartiere, pero no el que siguió el choque por Movistar, cuya realización depende de LaLiga, que censuró las imágenes de la queja, igual que hace dos semanas cuando en San Mamés se rindió un homenaje a Gaza. A los 25 segundos del encuentro, cuando volvió a enfocar al campo tras mostrar una imagen aérea del estadio y otra de los técnicos, la protesta había acabado. Hoy, sí se espera que en los duelos de DAZN (Barça-Girona y Atlético-Osasuna), que sí controla su realización, se muestre la secuencia.

Más allá del nuevo tijeretazo televisivo de la patronal, la escena de los jugadores parados simbolizó la postura de los futbolistas de Primera contra la intención de la patronal de trasladar el Villarreal-Barça a Estados Unidos. Una foto con la que la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE) trata de denunciar "de forma simbólica la falta de transparencia, diálogo y coherencia" de LaLiga.

La imagen marca un punto de inflexión en la polémica y se debería repetir en el resto de los encuentros. AFE, no obstante, puntualizó que ha mantenido al margen a los jugadores azulgranas y amarillos —"a pesar de que comparten la posición de fondo", aseguran— "para evitar que la acción se interprete como una posible medida contra ningún club".

Después de una escalada de tensión entre AFE y LaLiga, en las conversaciones de las últimas horas entre el sindicato y los vestuarios se acordó, a propuesta de los jugadores, que se debatiera la posibilidad de realizar una protesta de brazos de caídos.

"Ante las permanentes negativas y propuestas quiméricas de LaLiga", apuntó AFE, "la Asociación de Futbolistas Españoles rechaza de manera rotunda un proyecto que no cuenta con la aprobación de los protagonistas principales y exige a la patronal una mesa de negociación en la que se comparta toda la información y se analicen las características excepcionales del proyecto, se atiendan las necesidades e inquietudes de los futbolistas y se garantice la protección de sus derechos laborales y el cumplimiento de la normativa actual". Algunos capitanes aseguran que desde el jueves han recibido llamadas de LaLiga y estos les han remitido a David Aganzo, presidente de AFE.

Desde que se anunció la posibilidad del Villarreal-Barcelona en Miami, la AFE ha solicitado información a LaLiga que no se le ha facilitado. El pasado martes estaba prevista una reunión con los capitanes y Javier Tebas. El dirigente de LaLiga no acudió y propuso como alternativas el 22, el 23 y el 24 de octubre, pero los futbolistas dieron su negativa al coincidir con jornadas europeas y el previo de una nueva fecha del campeonato. LaLiga aseguró que no se había acordado esa día.

Desde el jueves ha habido un cruce de cartas entre la patronal y la AFE. El sindicato ha sugerido que se paralice la comercialización de las entradas, prevista para el 20 y 21 de octubre, hasta que no se sienten a negociar. LaLiga sostiene que la encargada es la promotora estadounidense Relevent. Además, la entidad de Tebas ha convocado a la comisión paritaria del convenio colectivo para el día 24 para "cerrar el debate competencial a la vista de la acción de bloqueo de AFE". La patronal insiste en que el sindicato "conoce el proyecto desde 2018".

El partido aún está pendiente del consentimiento de la Confederación Centroamericana y del Caribe, y de la federación de EE UU. El último obstáculo será el del CSD, que recibió una queja del Madrid. El CSD le solicitó hace dos semanas a la Federación Española que le envíe los argumentos sobre los que se cimenta el encaje legal de este choque en Miami.

LALIGA EA Sports

Jornada 9

Oviedo	0 | 2	Espanyol
Sevilla	S14:00	Mallorca
Barcelona	S16:15	Girona
Villarreal	S18:30	Betis
Atlético	S21:00	Osasuna
Elche	D14:00	Athletic
Celta	D16:15	R. Sociedad
Levante	D18:30	R. Vallecano
Getafe	D21:00	R. Madrid
Alavés	L21:00	Valencia

		PT	J	G	E	P	GF	GC
1	R. Madrid	21	8	7	0	1	19	9
2	Barcelona	19	8	6	1	1	22	9
3	Villarreal	16	8	5	1	2	14	8
4	Betis	15	8	4	3	1	13	8
5	Espanyol	15	9	4	3	2	13	11
6	Atlético	13	8	3	4	1	15	10
7	Sevilla	13	8	4	1	3	15	11
8	Elche	13	8	3	4	1	11	9
9	Athletic	13	8	4	1	3	9	9
10	Alavés	11	8	3	2	3	9	8
11	Getafe	11	8	3	2	3	9	11
12	Osasuna	10	8	3	1	4	7	8
13	Levante	8	8	2	2	4	13	14
14	R. Vallecano	8	8	2	2	4	8	10
15	Valencia	8	8	2	2	4	10	14
16	Celta	6	8	0	6	2	7	10
17	Girona	6	8	1	3	4	5	17
18	Oviedo	6	9	2	0	7	4	16
19	R. Sociedad	5	8	1	2	5	7	12
20	Mallorca	5	8	1	2	5	7	13

Champions League · Europa League · Conference League · Descenso

Penalti en Miami

POR VEZ primera en casi un siglo, existen serias posibilidades de que un partido de la Primera División del fútbol español se juegue fuera de España: el Villarreal-Barcelona no se disputaría el 20 de diciembre en el Estadio de la Cerámica, sino en el Hard Rock Stadium de Miami. La UEFA dio la semana pasada su autorización de forma "excepcional" al plan de LaLiga, la patronal del campeonato. Lo hizo un mes después de frenar la iniciativa invocando razones que no han cambiado: el respeto a los derechos de los aficionados y la necesidad de que no se distorsione la competición. Falta que la FIFA y la federación de EE UU den su visto bueno.

El fútbol es el mayor negocio deportivo del mundo. Su globalización —traducida en que equipos de las principales ligas europeas sumen millones de seguidores en todo el planeta y en multimillonarios derechos de retransmisión— ha sido fundamental para que tenga el nivel actual. Pero más allá del negocio, también hay que exigir que se atiendan las legítimas preocupaciones de los deportistas, que no dejan de ser trabajadores condicionados por las decisiones de sus empresas. En ese frente presenta los mayores problemas el plan que abandera desde hace años el presidente de LaLiga, Javier Tebas. La Asociación de Futbolistas Españoles (AFE), el sindicato de los jugadores, ha estado dos meses pidiendo infructuosamente información a la patronal sobre el partido, a cuya celebración se ha opuesto con el respaldo de los 20 capitanes de Primera, incluidos los de los equipos llamados a jugar en Florida. Los futbolistas, que ayer llevaron su protesta simbólicamente a los estadios, tienen razones para defender, con su convenio en la mano, una negociación sobre un encuentro desplazado a 7.500 kilómetros de forma unilateral y opaca. Pese a las dudas de sus competencias para bloquearlo, tanto el Consejo Superior de Deportes como el ministerio del ramo también han mostrado sus reservas. A ellas se suma el informe que el Parlamento Europeo aprobó en julio sobre las políticas de la Unión y el modelo deportivo. Su propuesta reclama a los órganos competentes que impidan la celebración en el extranjero de partidos de campeonatos internos.

LaLiga firmó hace siete años con Relevent Sports Group, uno de los principales organizadores de eventos deportivos, un acuerdo para promocionar el fútbol español en EE UU. Desde entonces, Tebas ha porfiado por la disputa en Miami de un encuentro de Liga. Fracasó en 2018 (un Girona-Barcelona) y en 2019 (un Villarreal-Atlético), en ambos casos por la oposición federativa, respaldada por sendos juzgados. Ahora Tebas es vicepresidente de la Federación y la oposición de antes se ha vuelto apoyo. Vistas las lógicas reticencias de actores fundamentales, resulta exigible mucha más transparencia, y que se atiendan las preocupaciones de todos los implicados para que una ocasión histórica no sea un lamentable precedente.

EL PAÍS

EDITADO POR
EDICIONES EL PAÍS,
SOCIEDAD LIMITADA
UNIPERSONAL

Presidente
Joseph Oughourlian

Consejera delegada
Pilar Gil

Director
Jan Martínez Ahrens

Dirección adjunta
Miguel Jiménez
Miquel Noguer (Cataluña)

Subdirección
Borja Echevarría, Cristina Delgado, Mónica Ceberio, Ricardo de Querol, Javier Lafuente (América), Javier Rodríguez Marcos (Opinión), Maribel Marín Yarza, Luis Barbero y Diego Areso (Arte)

EL PAÍS, 18 DE OCTUBRE DE 2025

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 32
AVE: 29290 €
ÁREA: 90 CM² - 29%

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

20 Octubre, 2025



SIEMPRE ROBANDO

MANUEL JABOIS

Miami Vice

La Liga española quiere llegar a Miami, que es a donde llegaron Tony Montana y Manny Rivera con intenciones parecidas: afianzar el negocio. El Villarreal-Barcelona que se va a disputar en el Hard Rock debería disputarse en La Cerámica, estadio del Villarreal, por tanto los miles de aficionados que llenarían las gradas de su campo lo verán por la televisión. Habrá vuelos transoceánicos. Se añade un viaje intercontinental a un calendario francamente divertido. Habrá, claro, muchos millones para los dos clubes, porque estas cosas no se hacen por amor. Lo que se consigue ya no es sólo adulterar la Liga deportiva y económicamente, sino convertirla en una herramienta de promoción con la que enviar a sus mejores comerciales a atraer la atención que de otro modo no tendrían.

Incapaces de competir con la Premier y en franca devaluación, lo que hace el fútbol español y el jefe del tinglado, Javier Tebas, como antes la Federación vendiendo la Supercopa a Arabia, es tratar de ganar por medios pobres, viajes que desprestigian la competición y potencian el *show* ambulante. El fútbol era de los hinchas y de los jugadores antes de empezar a serlo de las televisiones, y de los organismos que en lugar de gestionar una competición parecen gestionar una vaca. Hoy, la protesta que los propios jugadores hacen en contra del partido de Miami es silenciada por las televisiones de una manera grotesca entre carteles de compromiso por la paz. El hincha, ese sujeto romántico y cada vez más exótico, se convierte en figurante. En el mejor de los casos, en cliente fiel; en el peor, en un tipo que molesta porque recuerda que esto era un juego. Los que van a Miami lo harán como quien asiste a un festival: habrá *influencers*, un DJ entre tiempo y



Protesta de los jugadores ayer en Getafe. ÁNGEL MARTÍNEZ (GETTY)

tiempo, y una zona VIP donde se comerán hamburguesas gourmet, probablemente aplastadas (¿*smash*?).

No se trata de ganar tres puntos, sino de rendir ganancias. Y de que en Miami no se hable de otra cosa al día siguiente que del Villarreal-Barcelona, y la noticia se propague por la costa este. Tebas, que siempre habla de modernidad, manosea la fórmula perfecta: vender el alma del fútbol con factura legal. La convocatoria de paros de 15 segundos al inicio de los encuentros de esta jornada ha actuado más como un síntoma que como un simple gesto. Lo que está en juego no es únicamente el lugar físico de un encuentro, sino la naturaleza del acuerdo laboral, la identidad del campeonato y, en última e incómoda instancia, la legitimidad social del fútbol profesional español.

El desplazamiento fuera del territorio nacional entra en tensión con la idea de "liga doméstica": ¿qué valor tiene jugar la Liga en el extranjero cuando tu público se queda fuera? ¿Cuánto se sacrifica del carácter local-popular para abrazar una lógica de *show* global? La protesta de los jugadores puede leerse como un rechazo a la mercantilización sin contrapartida visible para los que hacen posible el espectáculo. Pagan a los clubes, ¿quién paga a los hinchas? Lo ocurrido no es un episodio menor. Es un cruce de caminos entre dos visiones del fútbol profesional: una que lo entiende como negocio global sin raíces, otra que lo ve como espectáculo y trabajo con derechos, con vínculos locales. Y en fin: si el viaje internacional se convierte en norma, el fútbol deja de ser una actividad con raíces locales para transformarse en una plataforma itinerante dependiente del *marketing* global. Eso plantea una pregunta bien curiosa: ¿dónde queda la vocación del deporte profesional como vínculo social en una comunidad?

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 38
AVE: 56096 €
ÁREA: 568 CM² - 73%

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

19 Octubre, 2025



«El grupo de WhatsApp ardió»

FÚTBOL. Los capitanes se indignaron tras censurar LaLiga la imagen del parón en el partido del viernes

LUIS NÚÑEZ-VILLAVEIRÁN MADRID

No se pudo parar. Pese a los intentos de LaLiga, primero por detenerlo y luego por ocultarlo, los futbolistas mantuvieron su parón, los primeros 15 segundos de cada partido, en protesta por la falta de información del encuentro que la patronal se ha llevado a Miami y que disputarán Villarreal y Barcelona. De hecho, también ocurrió en los encuentros de los dos protagonistas. Llamativo ver a culés y amarillos detenidos pese a que son sus clubes quienes han aceptado esa promovida por organización presidida por Javier Tebas. EL MUNDO ha reconstruido las 24 horas en las que se intentó desconvocar esta «protesta simbólica».

Tras dos meses y tras el plantón que LaLiga, Barcelona y Villarreal dieron a AFE y a los capitanes de Primera División el pasado martes, en la que solicitaban mayor información del partido de Miami, los futbolistas dijeron basta. En una reunión conjunta, el jueves a las 15.30 horas, antes de que comenzaran las concentraciones para los partidos de la jornada 9ª de LaLiga EA Sports, los capitanes de los 20 conjuntos de Primera División decidieron que harían un plante de 15 segundos al inicio de cada encuentro.

La patronal no tardó en enterarse de la resolución a la que habían llegado los jugadores e intentó realizar una hora después una primera comunicación con AFE, a la que ha tenido acceso EL MUNDO, en la que les proponían el miércoles, jueves y viernes de la semana que viene para tener la reunión solicitada por los jugadores y el sindicato. Y, posteriormente, una segunda, ya con otro talante y más amenazadora para intentar parar la iniciativa. «Una acción de esta naturaleza no se ajustaría al marco legal aplicable, ya que no cumpliría las exigencias constitucionales y normativas en materia de convocatoria, preaviso y garantías propias del derecho de huelga», escribía la liga en la segunda misiva a las 19.30 horas del jueves.

El silencio de los jugadores y del sindicato forzó a la institución que preside Javier Tebas a mandar una tercera carta, con membrete también del mandatario, el viernes a las 11.30 horas. En ella se volvía al tono conciliador y se incluía un documento con preguntas y respuestas sobre la cita en Miami en el que se hablaba de la expansión internacional, de la potencial audiencia del duelo (60 millones de hispanohablantes), del dinero que rodea a la cita y, de forma algo más superficial, que tanto la promoción como la organización correspondía a Relevent, sin llegar a profundidad en cuestiones logísticas que afectan a los jugadores.

AFE contestó a esta serie de misivas el viernes a la 13.30 horas instando a LaLiga a suspender la venta de entradas y a convocar una mesa de negociación. También recordó a Javier Tebas que las fechas que proponían desde la patronal para la reunión «evidencia un absoluto desconocimiento del calendario y de las responsabilidades de los jugadores».



Los jugadores del Barcelona y del Girona, parados como protesta por el partido de Miami, ayer, en el estadio Olímpico de Montjuic. A. ESTÉVEZ / EFE

En 24 horas hubo tres cartas de la patronal para intentar detener la protesta

LaLiga habla de «mala fe» de la AFE por «bloquear» fraudulentamente su proyecto

LaLiga respondió a esa carta tres horas después convocando la comisión paritaria para el viernes 24, aunque ese día comienza la jornada 10 de Primera, poniéndose a disposición de los capitanes y asignando dos puntos a la agenda del día: información del partido de Miami y la promoción por parte de AFE del plante de 15 segundos de los futbolistas. Además, habló de «mala fe» del sindicato por su «intento fraudulento de bloquear el proyecto bajo la apariencia de una solicitud de información».

Esa comunicación no sólo se envió a AFE sino también a todos los capitanes de manera individual. Estos remitieron a la patronal al sindicato porque entendían que era una medida para presionar y dividir su unidad. Además de esa respuesta, la organización también anunció un «acto simbólico» por la paz en Oriente Medio que se produciría en las retransmisiones de todos los partidos de la jornada 9 de LaLiga EA Sports y Hypermotion.

Como la protesta resultó imposible de parar, a las 21.02 del viernes, cuando Busquets Ferrer ordenó el inicio del Oviedo- Espanyol, la retransmisión de LaLiga daba un plano de los exteriores del estadio Carlos Tartiere durante el paro de los jugadores mientras los narradores tanto de Movistar + y Dazn hablaban de ese compromiso de la organización con la paz entre Palestina e Israel.

Sin embargo, mientras dos equipos disputaban su partido, 18 lo veían por la televisión y el plano del Tartiere fue como una bomba contra la línea de flotación de los futbolistas. «El grupo de Whatsapp ardió», explican fuentes conocedoras de la situación sobre el *chat* que tienen entre los capitanes de Primera y la indignación fue «absoluta».

Esa indignación ha debido calar en la patronal, puesto que en el Sevilla-Mallorca de ayer sí se observó a través de un plano cenital la protesta de los futbolistas, aunque en un rótulo se leía «Compromiso con la paz». Lo mismo ocurrió en el resto de partidos del sábado. Hoy juega el Real Madrid contra el Getafe, donde se presume que también se parará a juzgar por las palabras del técnico blanco. «No ha habido unanimidad ni consulta para que se juegue en un campo neutral. Las protestas son positivas porque ese sentir lo tienen muchos clubes», declaró Xabi Alonso.

AFE y los futblistas tienen previsto una reunión terminada la jornada 9ª para pensar sobre los siguientes pasos a dar acerca de la información que reclaman desde el 12 de agosto sobre el partido de Miami entre Villarreal y Barcelona. Está casi descartado que sea la semana próxima, ya que hay muchos compromisos internacionales, por lo que podrían emplazarse a la siguiente. La primera demostrazión de fuerza ha sido un éxito, podrían venir otras.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 40
AVE: 55328 €
ÁREA: 558 CM² - 72%

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

18 Octubre, 2025


Plante oculto contra Miami



Los jugadores de Oviedo y Espanyol, anoche, durante el parón previo al encuentro disputado en el estadio Carlos Tartiere. GETTY

Plante oculto contra Miami

FÚTBOL. Oviedo y Espanyol inician un parón de 10 segundos de los equipos de Primera, pero LaLiga lo oculta

LUIS NÚÑEZ-VILLAVEIRÁN MADRID

Eran las 21.02 horas cuando Mateo Busquets Ferrer ordenaba mediante el silbato el inicio del Oviedo - Español, el primer encuentro correspondiente a la novena jornada de Liga. Entonces, los futbolistas *periquitos* se quedaban con el balón en los pies durante 10 segundos mientras los *carbayones* observaban también sin moverse. Una imagen poderosa que LaLiga ha querido ocultar llevándose la retransmisión a los exteriores del Carlos Tartiere.

Se había cumplido en el primero de los diez partidos de Primera División, la «protesta simbólica» que los futbolistas, con el apoyo de AFE, habían planteado «como reivindicación por la falta de transparencia, diálogo y coherencia» de LaLiga acerca del duelo de Miami que enfrentará al Villarreal y al Barcelona el próximo 21 de diciembre correspondiente a la jornada número 17 de la competición doméstica.

Desde el sindicato se ha decidido mantener al margen de la iniciativa a los futbolistas de Barça y Villarreal, pese a que, dicen, comparten el fondo de la reivindicación. No obstante, indican que sí podrían hacerlo los jugadores de Girona y Betis, rivales de culés y amarillos, para evitar que la acción de protesta pudiera interpretarse como una posible medida contra ningún club.

Desde el sindicato explican también que ante «las permanentes negativas y propuestas quiméricas» de LaLiga, rechazan un proyecto que no cuenta con la aprobación de los protagonistas. Exigen tanto el retraso en la venta de entradas para la cita como «la creación de una mesa de negociación en la que se comparta toda la información y se analicen las características excepcionales del proyecto, se atiendan las necesidades e inquietudes de los futbolistas y se garantice la protección de sus derechos laborales y el cumplimiento de la normativa actual», escribió AFE en un comunicado.

Esta acción se produce después de que los jugadores de Primera División no obtuvieran respuesta de la patronal ni de los implicados acerca de la convocatoria que AFE planteó el pasado martes para obtener información de ese duelo, por lo que han ideado este método de protesta.

Aunque el Barcelona sí se planteó en un primer momento presentarse a la reunión, finalmente declinó al ver que LaLiga no acudiría aduciendo problemas de agenda. La patronal planteó tres fechas alternativas: las mañanas del miércoles 22 y jueves 23 de octubre o el viernes 24 durante cualquier momento del día, pero la Champions y el primer partido de la jornada impedían que acudieran la mayoría de los capitanes o se conectaran de manera telemática.

Son dos meses, la primera petición se produjo el 12 de agosto, los que el colectivo viene reclamando información acerca del duelo organizado por Relevent y autorizado por la UEFA como algo «excepcional». Quieren saber si se respetarán los tiempos de descanso, de concentración y si existirán o no compensaciones así como si habrá seguros adicionales tanto de salud como del viaje, entre otras cosas.

Fuentes de LaLiga confirmaban a EL MUNDO horas antes que esperaban que no se produjera esta protesta porque «habían ofrecido información y máxima disposición para hablar, que es lo que solicitan». Hablan de tres misivas enviadas a AFE y en una de ellas, una extensa carta de seis páginas, en las que el propio Javier Tebas, presidente de LaLiga, detallaba parte de los aspectos logísticos y promocionales del encuentro y recordaba las aportaciones de la patronal al sindicato, más de 100 millones en los últimos diez años.

El sindicato pide una mesa de negociación y que se retrase la venta de entradas

LaLiga recuerda a AFE los más de 100 millones que le ha aportado en la última década

La organización, por su parte, anunció un acto simbólico durante los partidos de la jornada 9 de LaLiga EA Sports y Hypermotion como muestra del compromiso del fútbol con la paz enmarcada en las esperanzadoras noticias que llegan desde Oriente Medio. Según ha podido saber este periódico, fue un mensaje en la retransmisión independiente a lo que pasó en el terreno de juego.

Según explican desde AFE, la posibilidad de que se llegara a un acuerdo antes de que se jugara el primer encuentro era muy remota ya que los futbolistas ya estaban concentrados y no era posible volver a reunirlos para consultarlos.

El partido estuvo igualado hasta que en la parte final se decantó para un Espanyol más agresivo. Los goles, obra de Kike García y Pere Milla.

TIEMPO DE JUEGO

Paco González aplaude la decisión que ha tomado Movistar durante el parón en protesta por el partido de Miami: "Enhorabuena"

El director y presentador de Tiempo de Juego valoró positivamente la opción elegida por Movistar durante los segundos de protesta de los jugadores.



Javi Pascual Actualizado 19 oct 2025, 21:33

PROTESTAS

Tal y como adelantamos en COPE el pasado viernes, los jugadores de Primera División han decidido esta jornada protestar por el partido de Miami entre el Villarreal y el Barça con un parón de 10-15 segundos antes de los encuentros.

El primer partido fue entre el Oviedo y el Espanyol y en ese primer choque la realización no emitió ninguna imagen del interior del Carlos Tartiere de cómo realizaban ese parón. Decisión que provocó varias críticas a LaLiga por censurar esa realidad.



Captura de pantalla — Parón de los jugadores en el Sevilla - Mallorca

Sin embargo, según se han ido celebrando el resto de partidos, la realización de los encuentros emitían imágenes cenitales de los parones, sin embargo, en este duelo del Coliseum, Movistar+ ha decidido emitir el parón con una imagen central, viéndose perfectamente la protesta.





Imagen de la realización de Movistar+ durante la protesta en el Getafe-Real Madrid

Esta decisión fue aplaudida por Paco González durante la retransmisión del mismo en Tiempo de Juego: "Enhorabuena, Movistar. Han televisado como Dios manda lo que está pasando en el campo".

Para este partido, Movistar tiene la producción completa del partido, sin depender de LaLiga.



ABC Fútbol

ABCPremium FÚTBOL

Oviedo-Espanyol: LaLiga oculta la protesta de los jugadores por el partido en Miami

Las cámaras de Movistar+ mostraron una vista aérea e imágenes de los entrenadores durante los 15 segundos que duró la protesta de los jugadores

Los futbolistas harán un paro simbólico de 15 segundos en todos los partidos



Los jugadores, parados en el segundo 8 de partido **RRSS**

Javier Asprón 18/10/2025 a las 06:25h.

Hubo plante de los jugadores en el Oviedo-Espanyol, pero no se vio en televisión. Tampoco se habló de él. El primer partido de la novena jornada sirvió de avanzadilla a la protesta general que se vivirá en todos los campos de Primera, en donde los futbolistar pararán 15 segundos al inicio de cada partido para reivindicar la falta de información y transparencia de La Liga en el proyecto de llevar el Villarreal-Barça a Miami el próximo 20 de diciembre.

Así ocurrió en el Carlos Tartiere, pero solo se enteraron los aficionados que acudieron al coliseo carbayón. Los que vieron el inicio del partido por televisión no fueron conscientes. Justo antes del pitido inicial, la imagen se fue a la cámara áerea del exterior del estadio. Después, pasó a enfocar a ambos entrenadores. Primero, Luis Carrión, que se estrenaba en el banquillo local. Después, Manolo González. Tampoco los comentaristas hicieron referencia a lo que estaba sucediendo en el campo.

Cuando pasaron los 15 segundos y comenzó la acción, la imagen de televisión recuperó lo que ocurría en el terreno de juego.

Diez minutos más tarde, llegó la primera referencia de los comentaristas al parón producido en los primeros instantes del duelo.

Todos los capitanes alcanzaron este viernes el acuerdo de realizar el paro. Reclaman más información a La Liga ante un proyecto que rechazan. La AFE anunció este viernes que los jugadores de Villarreal y Barcelona quedan exentos de la protesta, aunque comparten el sentir de sus compañeros, «para evitar que la acción de protesta pudiera interpretarse como una posible medida contra ningún club».

PAÍS: España
PÁGINAS: 13
AVE: 23400 €
ÁREA: 416 CM² - 60%
FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 42534
OTS: 465000
SECCIÓN: SPORTS
18 Octubre, 2025



PLAN MIAMI

Los futbolistas se plantan

Capitanes y AFE pactan un parón de segundos en protesta por el Plan Miami; en el Oviedo-Espanyol fue censurado en TV

RUBY ARÉS
LA NOTICIA

Los jugadores se plantan ante LaLiga por el Plan Miami. De hecho, el sindicato ha pedido a la patronal que retrase el día de la venta de entradas para el Villarreal-Barça en Miami hasta que se vea con los capitanes. El parón de esta jornada, algo simbólico y no una huelga, se realizará de tal manera que se verá en todo el mundo. Porque este fin de semana habrá una imagen icónica en Primera: los partidos no se jugarán los primeros segundos. Es la forma pactada por los capitanes para denunciar "la falta de transparencia, diálogo y coherencia de LaLiga". El primer parón fue anoche en el Oviedo-Espanyol, que duró 10 segundos, y que fue censurado por la televisión.

Condición
AFE pide a LaLiga que retrase el día de la venta de entradas

Durante todos los partidos de la novena jornada de Primera, los futbolistas pararán unos segundos, escenificando su enfado y hartazgo porque las instituciones no cuenten con ellos. Especialmente, en temas tan trascendentales como el de llevar un partido de LaLiga fuera de España (el Villarreal-Barça se disputará el 20 de diciembre en Miami), donde no se cumplirían varios puntos del convenio colectivo. Eso sí, AFE ha decidido mantener al margen de esta protesta a los jugadores de Villarreal y Barcelona, implicados en el Plan Miami: "A pesar de que comparten la posición de fondo y los puntos críticos ". El sindicato quiere "evitar que la acción de protesta pueda interpretarse como una posible medida contra ningún club".

"AFE rechaza de manera rotunda un proyecto que no cuenta con la aprobación de los protagonistas principales y exige a la patronal la creación de una mesa de negociación en la que se comparta toda la información, se atiendan las inquietudes de los futbolistas y se garantice la protección de sus derechos laborales", denuncia el sindicato.

Las relaciones LaLiga y AFE están en uno de los momentos más tensos. Desde el sindicato se recrimina que la patronal faltó a su palabra (aunque esta niega que existiera ningún pacto) por no retrasar el inicio liguero del Real Madrid al llegar a la fase final del Mundial de Clubes (lo mismo hubiera sucedido en caso de que el Atlético hubiera llegado más tarde); el no respetar el descanso de 72 horas entre partido y partido; y, por último, la falta de información respecto al Plan Miami.

El último episodio se dio por no acordar una fecha para reunirse con los presidentes de LaLiga, Villarreal y Barça. Las alternativas imposibilitaban que estuvieran gran parte de los capitanes. "Quien no está entrenando, está compitiendo", afirmaron desde el sindicato, que también denuncia que casualmente es justo después del inicio de la venta de entradas del partido en Miami. "Conozco a Javier... Llevamos ya mucho tiempo", contestó Aganzo por esa casualidad.



JUAN MANUEL SERRANO ARCE / GETTY IMAGES

Los jugadores de Oviedo y Espanyol hicieron un parón de diez segundos en el Tartiere nada más pitar el árbitro el inicio del partido.

CARTA A LOS JUGADORES

LALIGA INTENTÓ EVITAR EL PARÓN

Tebas envió una carta de seis páginas a los jugadores de Primera y de AFE, que estos consideraron insuficiente, para explicarles el Plan Miami ante la dificultad de encontrar fecha. Les citó el viernes 24 (día desechado porque gran parte de los futbolistas no podía acudir) en la sede de LaLiga para solucionar sus dudas e invitó a AFE a una comisión paritaria. "El objetivo no es trasladar la competición al extranjero, sino reforzar su presencia global mediante una acción planificada y alineada con los intereses deportivos, económicos e institucionales de LaLiga y sus jugadores", defendió en la misiva, donde recordó que la patronal, a través de la venta de los derechos audiovisuales, aportó más de 100M€ al sindicato. LaLiga, que era conocedora de las intenciones del parón desde el jueves, contactó con algunos futbolistas para tratar de evitarlo.

elPeriódico

FÚTBOL

LaLiga rectifica su censura y emite ahora en TV el plantón de los jugadores por el partido de Miami

La realización televisiva, con un plano cerradísimo, ha mostrado la protesta de los jugadores en el inicio del Sevilla-Osasuna



Javier Tebas, presidente de LaLiga.

El Periódico 18 OCT 2025 14:25

La Asociación de Futbolistas Españoles (AFE) anunció este viernes que en todos los partidos de Primera División de esta jornada se iba a producir un plantón durante los segundos iniciales. Una medida acordada con los capitanes de los 20 equipos en protesta por la celebración del Villarreal-Barça en Miami sin que los futbolistas hayan sido consultados.

Esta protesta, de la que quedarán eximidos los jugadores de los dos clubes implicados, se estrenó el mismo viernes, en el Oviedo-Espanyol que abrió la jornada. Aquellos que vieron el partido por televisión, sin embargo, no fueron conscientes del plantón de los jugadores. La producción televisiva la obvió, mostrando un plano general del estadio Carlos Tartiere durante esos segundos iniciales del partido, ganado por el cuadro perico.



Críticas a la censura de LaLiga

Esta decisión de LaLiga, responsable de la producción televisiva de los partidos, provocó en las horas posteriores una ola de críticas, por cuanto suponía la censura a un acto de protesta de los jugadores, ocurrido durante el transcurso del partido.

Horas después, la organización que preside Javier Tebas ha rectificado. En el siguiente partido de la jornada, el Sevilla-Mallorca que ha arrancado a las 14 horas, el plano televisivo ha permanecido en el interior del Sánchez-Pizjuán durante los segundos iniciales del encuentro.

La retransmisión televisiva ha mostrado un plano cenital del saque de centro, muy cerrado, eso sí. Es decir, no ha optado por el plano más natural e informativo, que sería un plano general con los 22 futbolistas parados mientras el reloj avanzaba.

No obstante, en ese plano cerradísimo se percibía que la acción estaba parada y los comentaristas del partido, emitido por Movistar+ LaLiga, han explicado a la audiencia que el motivo de esa anomalía era la protesta auspiciada por AFE. Algo que no ocurrió durante el arranque del Oviedo-Espanyol.

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 47
AVE: 8568 €
ÁREA: 47 CM² - 21%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 26133
OTS: 161000
SECCIÓN: PROGRAMACION

20 Octubre, 2025





TELEVISIÓN Y MÁS
SERGI MAS

¿Compromiso por la paz?

Durante este fin de semana, los futbolistas de la Primera División de fútbol han mostrado su disconformidad por el hecho de que se dispute próximamente en Miami el partido de la Liga entre el Villarreal y el Barça. ¿Cómo lo han hecho? Parando quince segundos en el inicio de cada partido. ¡¡Quince segundos!!

Ha sido una protesta tan insignificante y tan cutre que lo peor que podía hacer LaLiga era esconderla. Y es lo que ha hecho: mostrando un plano general en el inicio de los partidos. Ni unos ni otros. Peores unos y mezquinos los otros.

Como ejercicio de transparencia y democracia, La Liga lo tenía bien fácil mostrando quince segundos de silencio. Pero ni eso. Esconder el desacuerdo de los jugadores ha hecho muchísimo más ruido que haberlo mostrado tal cual. Las patas de la censura siempre son largas cuando pretendes encubrirla.

Al final de cada encuentro, LaLiga optó por



Jugadores de la Liga en huelga.

apodar la jornada bautizándola como el *Compromiso por la paz*. Pero qué paz. No será la paz que reina entre patronal y futbolistas. Y desde luego tampoco la que pactaron entre Trump, Netanyahu y Hamás.

Miren: cada fin de semana LaLiga tiene como únicos actores a los futbolistas. Mal va el negocio si entre la patronal y los intérpretes no hay *feeling*. Claro que como colectivo a los futbolistas hay que darles de comer aparte. En el mes de agosto se jugaban partidos a las 7 de la tarde a 35 grados y no dijeron ni mu. En fin, que ya se apañarán.

Y por cierto, ya que menciono LaLiga: para quienes vemos el fútbol fuera de los estadios creo que existe un zafarrancho de marcas de padre y muy señor mío. A saber: Movistar La Liga, Movistar Plus, Movistar Futbol, LaLiga Plus, o LaLiga TV, que opera con el nombre de LaLiga SportsTV. Que alguien me diga exactamente qué es y por dónde se ve LaLiga TV. Además, existe una web cuya titularidad depende de LaLiga que se llama Laligaplus.laliga.com donde se emiten partidos de categorías no profesionales, además de otros deportes. El canal oficial de Primera RFEF publica partidos se emiten por La LigaPlus FC Play y otros por el Canal Lineal. En fin. Lo siento. Me rindo. Que nadie se extrañe si en breve debuta LaLiga Toros.

Yo entiendo las necesidades para vender sus productos, pero simplifiquen las marcas y faciliten las propuestas a sus clientes porque algún día los aficionados harán huelga de verdad. ■

EL CORREO
VIZCAYA

PAÍS: España
PÁGINAS: 53
AVE: 7582 €
ÁREA: 263 CM² - 50%

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

18 Octubre, 2025





El traslado del Villarreal-Barcelona a Miami ha provocado la protesta de la AFE. EFE

La televisión silencia la primera protesta de los jugadores contra el partido en Miami

PRIMERA DIVISIÓN

El plante de los futbolistas comenzó ayer en Oviedo y continuará en todos los estadios durante el fin de semana

J. A. P.

MADRID. Los futbolistas de Primera protestarán este fin de semana de forma simbólica al inicio de cada encuentro por la falta de «transparencia, diálogo y coherencia de La Liga» en el plan de disputar el partido entre el Villarreal y el Barcelona en Miami el próximo 20 de diciembre. Los jugadores del Oviedo y el Espanyol fueron ayer los primeros en secundar la iniciativa con un paro de diez segundos al comienzo del encuentro disputado en el Carlos Tartiere, que inauguraba la novena jornada liguera y que terminó con victoria visitante (0-2). Sin embargo, este gesto de los jugadores no fue reflejado en la retransmisión televisiva, que en su lugar ofreció un plano cenital del estadio ovetense.

La decisión se tomó tras una reunión de los capitanes de los equipos con la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE). Aunque no trascendió, se especulaba que podría consistir en un paro de entre 20 y 30 segundos al inicio de los partidos, aunque en el Tartiere se redujo ayer a diez segundos.

El sindicato de los futbolistas españoles ha decidido mantener al margen de la iniciativa a los jugadores del Barcelona y el Villarreal para evitar que la acción de protesta pudiera interpretarse como una posible medida contra ningún club. Aunque, según informa AFE, «comparten la posición de fondo y los puntos críticos» de la medida. La AFE denunció el pasado martes que no había recibido todavía ninguna información relacionada con el partido desde que la solicitó hace dos meses. El partido no cuenta con la aprobación de los futbolistas, que denuncian no conocer todos los detalles del proyecto para poder analizarlos y valorar al respecto.

La AFE rechaza de manera «rotunda» un proyecto que no cuenta con la aprobación de los protagonistas principales

La escalada del conflicto se ha dado después de varios intentos fallidos de reunión. La programada para el pasado martes no se produjo por la ausencia de Javier Tebas. El presidente de la patronal propuso fechas alternativas (22, 23 y 24 de octubre), pero los futbolistas las rechazaron por coincidir con jornadas europeas y la previa de la jornada.

Rechazo rotundo

En el nuevo comunicado publicado ayer, la AFE insiste en sus quejas: «Ante las permanentes negativas y propuestas quiméricas de La Liga, la Asociación de Futbolistas Españoles rechaza de manera rotunda un proyecto que no cuenta con la aprobación de los protagonistas principales de nuestro deporte y exige a la patronal la creación de una mesa de negociación en la que se comparta toda la información y se analicen las características excepcionales del proyecto, se atiendan las necesidades e inquietudes de los futbolistas y se garantice la protección de sus derechos laborales y el cumplimiento de la normativa actual».

verTele!

LALIGA

LaLiga volvió a censurar la protesta de los futbolistas y lo enmascaró con su "compromiso por la paz"

Los partidos del sábado de la presente jornada no mostraron la protesta de los futbolistas contra la disputa del Villarreal-Barça en Miami. LaLiga mostró un plano general del exterior de los estadios, camuflándolo con un rótulo que dice "Compromiso por la paz"



La imagen de LaLiga para censurar la protesta de los futbolistas DAZN

Marcos Méndez 19 de octubre de 2025 14:15 h

Si hace dos semanas LaLiga ya evitó emitir el homenaje del Athletic a Palestina, con las correspondientes denuncias por su censura, esta jornada la está haciendo aún más evidente.

En el partido que abrió la jornada el viernes, el Oviedo-Espanyol, ya recogimos cómo la realización televisiva de LaLiga censuró la protesta de los jugadores, tras un acuerdo de los capitanes de los equipos impulsado por la AFE (Asociación de Futbolistas Españoles) para pararse los primeros 15 segundos de partido, y no disputar el encuentro, como gesto de protesta contra la disputa en Miami del Villarreal-Barça de esta temporada, que se jugará el próximo 20 de diciembre.

Este sábado, en el segundo día de la jornada, la censura de LaLiga se hizo aún más evidente, con el agravante de enmascararla con un "compromiso por la paz" que podía leerse en un rótulo sobreimpresionado.

En el encuentro principal del día, mientras los futbolistas del FC Barcelona (equipo implicado en ese viaje a Miami para jugar contra el Villarreal) y del Girona cumplieron el acuerdo de capitanes promulgado por la AFE y se quedaron quietos, parados, sin disputar el encuentro en sus 15 primeros segundos, lo que la realización televisiva de LaLiga mostró fue un plano general del exterior del estadio, con ese rótulo. Aunque en DAZN, el narrador Miguel Ángel Román sí que explicó lo que estaba ocurriendo tanto sobre el terreno de juego como en la realización televisiva.

La realidad de lo que estaba ocurriendo en el partido, que LaLiga censuró para que no se viese cómo los mismos futbolistas incluso de uno de los equipos que viajarán también se oponen a la medida, fue la siguiente, captada desde dentro del estadio:



Los programas deportivos radiofónicos han vuelto a denunciar la censura de LaLiga, que cumple las directrices de su presidente Javier Tebas. El mismo que en enero de 2019 reconoció abiertamente que censura las preguntas de los reporteros de LaLiga: “Como preguntes algo que no está dentro del manual, no volverás a salir”.

Los dos ejemplos más prominentes fueron los de Paco González y Dani Garrido. En el Tiempo de juego de la Cadena COPE, el primero denunció la censura de Tebas y lamentó cómo degrada el "producto" que es LaLiga:

En el Carrusel Deportivo de la Cadena SER, Dani Garrido (que ya señaló la censura de LaLiga en San Mamés), repasó todas las veces que el organismo presidido por Tebas lo había hecho en apenas dos días, y lo denunció:



EL ESPAÑOL



Josip Brekalo, jugador del Real Oviedo, en el partido ante el Espanyol. EFE

FÚTBOL

Indignación máxima entre los capitanes de Primera por la censura de LaLiga: planean cambiar la forma de protestar

- Los futbolistas consideran que se les ha faltado al respeto por parte de la patronal al no mostrar su reivindicación en la retransmisión televisiva.

Alberto Marcos 18 octubre 2025

Los futbolistas de Primera División arrancaron ayer viernes su protesta contra LaLiga por la poca transparencia a la hora de llevar el Villarreal - Barça a Miami. En el partido entre el Real Oviedo y el RCD Espanyol se produjo el primer plante de la jornada y los jugadores estuvieron parados durante los primeros 15 segundos del choque en señal de disconformidad.

Esta protesta simbólica convocada por los capitanes de los equipos de Primera y por la AFE, no se pudo ver sin embargo en televisión.

En el momento del plante, LaLiga, que es quien produce la señal de los partidos, mostró un plano aéreo del Carlos Tartiere para evitar el bochorno público.

Esta censura más propia de otros tiempos, sin embargo, no ha hecho sino avivar la llama del enfrentamiento abierto que tienen los futbolistas contra la patronal presidida por Javier Tebas.

Tal y como apuntan entre otros medios la Cadena SER y la Cadena COPE, el enfado entre los capitanes de los equipos de Primera División es monumental después de comprobar que LaLiga censuró las acciones de protesta.

Es por ello que incluso se llegó a plantear, después de lo visto en el Oviedo - Espanyol, cambiar esta manera de protestar para que a LaLiga no le quede más opción que retransmitirlo en televisión. Por lo tanto, no se descarta que para los partidos de este sábado la protesta cambie de forma y los jugadores se manifiesten de otra manera.

El grupo echa humo

Tal y como desvelaron las citadas radios en sus programas nocturnos, el grupo de WhatsApp que tienen los capitanes de Primera División y en el que están tratando la protesta por el partido de Miami echó humo tras ver lo sucedido en el Real Oviedo - Espanyol.

Los jugadores se mostraron indignados por la actitud de LaLiga al censurar en la retransmisión televisiva la protesta, e incluso alguno amenazó con estar dispuesto a ir a la huelga completa.

Consideran los capitanes que, una vez más, se les ha faltado al respeto al no televisar esta acción simbólica con la que quieren mostrar su disconformidad por la manera de gestionar el partido entre el Villarreal y el FC Barcelona que se jugará en Miami el próximo mes de diciembre.

Hay que recordar que la protesta nace de la unión de los capitanes de Primera División y la AFE por "la falta de transparencia, diálogo y coherencia de LaLiga", tal y como argumentaron en el comunicado.

La AFE habló en su escrito de "permanentes negativas y propuestas quiméricas de LaLiga", y volvió a dejar claro que se opone frontalmente a llevar elVillarreal - Barça a Miami. "No cuenta con la aprobación de los protagonistas principales de nuestro deporte", rezaba el comunicado.

RUBiK
AUDIOVISUAL

CINE · NOTICIAS

La Semana del Corto de la Comunidad de Madrid rinde homenaje a Guadalupe Arensburg por más de 30 años impulsando el cortometraje en España

octubre 18, 2025 por Admin



Manuel Lagos, Director general de cultura e industrias creativas de la Comunidad de Madrid y Guadalupe Arensburg, Directora del Departamento de Cortometrajes de Movistar+ y homenajeada de la Semana del Corto de la Comunidad de Madrid

La tarde del pasado 17 de octubre, la Academia de Cine acogió un emotivo homenaje a Guadalupe Arensburg, directora del Departamento de Cortometrajes de Movistar+, en reconocimiento a sus más de tres décadas dedicadas al impulso del cortometraje español. El acto, que marcó el inicio de la 27ª Semana del Cortometraje de la Comunidad de Madrid, también contó con la proyección de dos cortometrajes elegidos por la homenajeada. *Por Sara Rodríguez Martín*

La jornada comenzó con la intervención de Rafael Portela, vicepresidente de la Academia de Cine, quien dio la bienvenida a los asistentes y destacó la relevancia de la Semana del Cortometraje, que cumple 27 años. En su discurso, Portela subrayó que "todos los que estamos aquí sabemos que el corto es cine y que las extraordinarias películas cortas que se verán hoy y a lo largo de toda la semana lo demuestran sobradamente", y expresó su reconocimiento a Guadalupe Arensburg, por su compromiso con la promoción del talento emergente y la innovación en formatos audiovisuales.



Guadalupe Arensburg y sus hijos durante el acto de homenaje

Un homenaje respaldado por La Academia y La Comunidad de Madrid

Asimismo, Portela señaló que desde la Academia se continúa respaldando a los cortometrajistas con los premios Goya en categorías de cortometraje de ficción, documental y animación, así como mediante su presencia en premios internacionales

como los Oscar. Resaltó que eventos como este homenaje son un reflejo del apoyo institucional al cortometraje y su importancia dentro del cine español: “Gracias a quienes trabajáis diariamente por la buena salud del cortometraje, que reivindicamos seguir defendiendo como una parte imprescindible del cine español”.

A continuación, tomó la palabra Manuel Lagos, director general de Cultura e Industrias Creativas de la Comunidad de Madrid, quien destacó la labor social de Arensburg en el programa Mujeres por África, describiéndola como “un programa incommensurable en su evolución y en todo lo que ha sido para la importancia, no solamente de allí, sino también para su carrera y su vida”.

Durante el homenaje, varios profesionales del sector compartieron palabras de admiración y agradecimiento hacia Arensburg a través de un vídeo muy emotivo.

Sin embargo, la intervención más destacada fue la de de sus hijos, quienes fueron los encargados de darle la estatuilla del homenaje. Su hija, Ana, describió a su madre como “una wonder woman”, y añadió que su pasión por los cortometrajes se refleja en “todo lo que hace, pero, sobre todo, en cómo trata a las personas y al mundo que la rodea”. Fue su hijo, Martín, quien subrayó que su madre ha sabido combinar su vida profesional con la familiar: “Como máximo referente que te tengo en esta vida, hasta yo he acabado dedicándome a ello”, afirmó.



Arensburg tras recibir el premio de la mano de sus hijos

Tres décadas dedicadas al sector

Guadalupe Arensburg tomó la palabra visiblemente emocionada, agradeciendo el homenaje y reflexionando sobre su trayectoria, destacó la importancia de su trabajo con cortometrajes, tanto a nivel creativo como humano: “Si hay algo importante que me ha dado el cortometraje, es lo que tiene que ver con las relaciones humanas, con esta gran familia del cortometraje, mi familia del cortometraje”.

Como parte del acto, se proyectaron dos cortometrajes especialmente seleccionados por Arensburg por su significado personal y profesional. El primero, La gran obra, de Álex Lora, aborda la lucha de clases y las diferencias sociales y raciales. Sobre este corto, Arensburg comentó que fue un proyecto de gran alcance: “Fue como un hito en mi trayectoria porque era la primera vez que un cortometraje coproducido por Movistar Plus llegaba a Sundance”, y destacó que ganó el Gran premio del Jurado de ese festival.

El segundo, Amarradas, dirigido por Carmen Córdoba, explora el ciclo de la vida y la muerte y el vínculo entre madre e hija. Arensburg compartió cómo la obra la conmovió profundamente: “Me siento reconfortada en mi propia experiencia al sentir que esas manos de mi madre estuvieron siempre guiándome”.

La Gran Obra y *Amarradas*

En el coloquio posterior, Córdoba explicó que su proceso creativo se inspira en sus propias experiencias personales y las heridas emocionales, y que la animación le permitió “hacer catarsis” y transformar su dolor en arte.

Durante el coloquio, Arensburg y los creadores compartieron anécdotas de los festivales internacionales, destacando la dificultad y emoción de la distribución y proyección de cortometrajes. Sobre La gran obra, Néstor López, Productor, comentó la tensión y el cuidado en el guion y montaje: “Nos motivaba mucho como meternos en el mundo del prejuicio, acercarnos un poquito al prejuicio y salir… esa tensión estaba todo el rato tirante”. En cuanto al humor del corto, indicó que “es curioso comprobar cómo en distintas salas y culturas reacciona el público de maneras diferentes”, subrayando la universalidad de los temas tratados.

Arensburg también destacó la relevancia de Movistar+ en su carrera y en el desarrollo del proyecto Proyecto Corto: “Quisiera realmente decir que espero que todas las personas que se han acercado a trabajar conmigo hayan podido encontrar en mí a una persona accesible, siempre dispuesta a empujar, a ayudar, a orientar”. La directora concluyó su intervención destacando el valor del trabajo colectivo en la creación cinematográfica: “Todos los que empujamos de alguna forma estamos empujando para que el director haga realidad su sueño”.



Néstor López, Guadalupe Arensburg y Cármen Córdoba durante el coloquio posterior al visionado de La Gran Obra y Amarradas

El acto finalizó con un reconocimiento a la trayectoria y a la labor de Arensburg, así como un agradecimiento público de la profesional a su familia, compañeros de Movistar+, y al sector cinematográfico en general. La 27ª Semana del Cortometraje de la Comunidad de Madrid continúa con proyecciones y actividades que celebran la diversidad y riqueza del cortometraje en España y en el mundo.

Cristina Burzako
"La 'C' de CEO es de cultura"

El cambio es una constante en las empresas y en las posiciones directivas. Conversamos con Cristina Burzako que cierra su etapa como consejera delegada de Movistar Plus+.

A lo largo de más de 20 años en roles de liderazgo, Burzako ha demostrado una gran habilidad para transformar organizaciones y conseguir resultados en sectores tan exigentes como el gran consumo, los medios de comunicación y las telecomunicaciones.

JORDI CUATRECASES
jcuatrecases@aecoc.es

ROSA GALENDE C84
rgalende@aecoc.es





En una ocasión alguien le dijo: "*Cristina, eres luz. Llegas a un sitio y todo lo iluminas*". Y esta no es solo una frase bonita. Cuando **Cristina Burzako** se convirtió en consejera delegada de Movistar Plus+, en 2021, se encontró un equipo con la energía baja y se propuso devolverle la ilusión. Era el mundo postpandemia, una época gris en la que muchas personas se sintieron desorientadas, apagadas y tristes. Cristina supo aportar al equipo claridad, foco y nuevos retos, recuperando así su orgullo de pertenencia y transformando una televisión que era percibida como un centro de coste para apoyar al negocio principal de telecomunicaciones de Telefónica, en un negocio rentable en sí mismo y con identidad propia.

Licenciada en Económicas y Empresariales por la Universidad de Deusto y muy orgullosa de su Bilbao natal, Burzako acumula más de 20 años de experiencia liderando complejos procesos de transformación y construyendo culturas centradas en el cliente y en los equipos.

Inicia su carrera profesional en **Procter & Gamble,** primero en España y luego en Ginebra, donde gestionó 11 mercados, desarrollando una sólida orientación al cliente. Posteriormente se incorpora al grupo **Coty Lancaster**, donde gestionó más de 30 marcas para España y Portugal. En 2005 da un salto profesional y se une al **Grupo Prisa (El País)**, en un momento de gran transfor-

“La cultura de una compañía marca su destino; es la manera de ser de la organización, lo que hace cada día cuando nadie observa, y lo que acaba definiendo lo que hacemos y cómo lo hacemos hacia el cliente¨.



Cristina Burzako
Exconsejera delegada de Movistar Plus+

mación de los medios de comunicación. Cinco años más tarde asume la dirección de marketing y comunicación de **Canal+**, también del Grupo Prisa, con el reto de estabilizar el negocio de cara a su venta. Esta se concreta en 2015, cuando Telefónica adquiere el 100% de esa plataforma de contenidos. Ese movimiento marca un punto de inflexión en la trayectoria de Burzako, que durante 10 años ha formado parte del equipo directivo de Telefónica, los últimos cuatro como consejera delegada de Movistar Plus+. En este rol ha liderado un equipo de 1.200 personas y afrontado el reto de transformar el modelo de negocio y convertir a **Movistar Plus+** en el "campeón local" de las plataformas de entretenimiento, frente a los grandes actores internacionales. Esta es su historia.

C84: Recientemente ha cerrado su etapa como CEO de Movistar Plus+ (2021-2025) y como consejera ejecutiva. ¿Cómo se siente?

Cristina Burzako: Con una gratitud enorme. Telefónica ha sido familia, reto constante y escuela. Desde el primer día que Telefónica compró e integró a todo el equipo de Canal+ en mayo de 2015, lo hicieron de una manera ejemplar, respetando la cultura de contenidos y nuestro oficio en una industria bien distinta y haciéndonos sentir parte de un mismo equipo. Es una compañía con un equipo profesional y humano realmente extraordinario y una cultura exigente al tiempo que humana. Me siento una privilegiada por haber podido dedicar una etapa tan larga de mi vida a esta casa.

Y ahora que ha acabado esta etapa, me ha sorprendido el cariño y respeto tan abrumador de los equipos internos y externos de la compañía y de grandes referentes de la industria. Esto de ¨te dejará de sonar el teléfono cuando ya no seas CEO", personalmente no me ha ocurrido.

> **"He aprendido a aceptar los cambios** con la misma deportividad que las oportunidades".

En marzo de 2021 es nombrada consejera delegada de Movistar Plus+, un negocio que conocía bien desde en Canal+. ¿Cómo se encontró al equipo?

Me encontré un equipo extraordinario, con gran talento y compromiso... pero con la energía algo baja tras una dura etapa de pandemia. Lo primero que hago siempre al llegar a un rol es hablar largo y tendido con los equipos de manera individual y colectiva. En mis paseos por la redacción, me alarmó el silencio absoluto, la falta de energía... un signo muy claro en un entorno naturalmente creativo y bullicioso. Esa escucha activa a los equipos siempre da las claves.

¿A qué se debía ese desánimo?

Tenía dos causas principales. La pandemia dejó, como en tantas empresas, un poso de incertidumbre y de desconexión interpersonal tras meses de teletrabajo. Además, desde el 2015 la plataforma audiovisual se comercializaba exclusivamente junto con otros servicios de telecomunicaciones, lo que hizo que muchos profesionales de Movistar Plus+ no percibieran el impacto real de su trabajo en los resultados. La integración con



¿CÓMO TRANSFORMAR LA CUENTA DE RESULTADOS DE LA EMPRESA?

✓ Para transformar la cuenta de resultados, hay dos *stakeholders* clave: el equipo y el cliente. No puede haber incoherencia entre lo que somos y lo que mostramos fuera. Muchas veces las compañías alardean en sus *PowerPoint* diciendo que les obsesiona el cliente, pero lo que deciden en las salas de reuniones es contrario a eso. La marca de una compañía nace de dentro, de lo que se decide de verdad y es lo que determina el destino de cualquier organización.

✓ Mi trayectoria ha estado siempre orientada a esta idea: transformar culturas desde el cliente y desde el equipo. Desde mis inicios en Procter & Gamble hasta mi etapa más reciente como CEO de Movistar Plus+, mi foco ha sido crear un proyecto ilusionante de futuro para la organización, que despierte el orgullo de pertenencia y conecte la cultura interna con el impacto externo que queremos generar en el cliente.

Telefónica fue ejemplar, respetando nuestra cultura de contenidos, pero el modelo comercial integrado había reducido la tensión comercial del equipo de la tele hacia el negocio. Esa falta de *accountability* había derivado en cierta distancia hacia los resultados, hacia el impacto en el negocio y en muchos casos, en conformismo.

¿Cómo logró transformar la cultura de Movistar Plus+ y qué impacto tuvo eso en el negocio?
La transformación se apoyó en tres pilares:

- El primero, definir un proyecto ambicioso y de futuro donde Movistar Plus+ tuviera credibilidad. Movistar Plus+ es el campeón local, complemento perfecto de Netflix, que es el incumbente en prácticamente todos los mercados del mundo, y eso había que defenderlo.

- El segundo, construir un equipo directivo de excelencia con enorme talento y con valores como la valentía, la humildad y el espíritu de equipo.

- Y el tercero, establecer una comunicación constante con el equipo, transparente y bidireccional. Esto permitió construir en tiempo récord un propósito claro y un objetivo común.

También hicistéis un movimiento valiente en el mercado...
Sí, abrimos la plataforma a clientes con conectividad de otros operadores, asumiendo cierto riesgo de canibalización. Lo hicimos protegiendo a los clientes convergentes de Movistar que eran nuestra máxima prioridad y, al mismo tiempo, logramos crecer en nuevos públicos y lo que es más importante, recuperando la tensión comercial. Pasamos de autopercibirnos como un centro de coste dando servicio a la oferta convergente de Movistar, a un centro de negocio con responsabilidad de clientes, ingresos y margen; de trabajar como una fábrica a hacerlo como un e-commerce.

Fue emocionante ver cómo recuperamos rápidamente el orgullo de pertenencia y la convicción de que los resultados dependían en gran parte de nosotros mismos. La reversión hacia una tendencia comercial positiva se logró desde el primer mes.

Desde el punto de vista de negocio, ¿cuáles han sido los logros más significativos?

"LOS MEDIOS DEBEN RECUPERAR SU ESENCIA"

Los medios de comunicación atraviesan un momento decisivo: deben recuperar su esencia, volver a la credibilidad y a la calidad en los contenidos. Durante mi etapa en El País viví de cerca la crisis del sector y dos transformaciones culturales clave.

- **La integración de lo editorial con lo comercial:** equipos de marketing, comerciales y redacción trabajando juntos por la relevancia y por la cuenta de resultados.

- **La unificación de las redacciones de papel y digital:** pasar de estructuras separadas a un único equipo, obsesionado por conocer y satisfacer a cada segmento de cliente, derribando silos internos y ganando agilidad.



En los últimos cuatro años, conseguimos revertir todos los KPIs financieros y comerciales, logrando un negocio creciente, rentable y sostenible a largo plazo. Y en un mercado global y competitivo conseguimos convertirnos en la primera marca en valor en España y la tercera en volumen, solo superada por los dos players que dominan los mercados del mundo (Netflix y Amazon).

Estos han sido años de cambios profundos en el mercado. ¿Qué pide hoy el cliente y qué buscará en el futuro?
Para mí pide varias cosas:

- **Necesidad de curación.** El consumidor está abrumado entre la multitud de ofertas, la compartición de derechos...Ya no sabe dónde encontrar un contenido ni por qué algunas películas las puede disfrutar en varias plataformas. Además, tarda demasiado en elegir qué ver, incluso, dentro de su plataforma preferida. Necesita que alguien le ayude a simplificar y le recomiende lo que de verdad le interesa.

- **Hiperpersonalización.** La tecnología es casi tan esencial como el contenido para ofrecer experiencias únicas. No hay dos usuarios iguales en el mundo en cuanto a su consumo audiovisual. Y el estado del arte hace que el usuario espere que la plataforma sepa qué ve, qué equipo de fútbol sigue, si prefiere la versión original o doblada...La exigencia en experiencia es alta.

- **Racionalización del tiempo y del gasto en entretenimiento.** No hay tiempo ni dinero para la gran cantidad de oferta del mercado. El usuario ve el contenido que quiere y si deja de usar una plataforma, al mes siguiente se da de baja. Además, las redes sociales restan horas de entretenimiento a la TV de pago y abierta, especialmente entre los jóvenes que arrancan ahí su momento de entretenimiento.

- **Un marco legal eficaz que frene la piratería masiva.** Es el mayor factor de erosión del valor del mercado y es alarmante la impunidad ante un delito semejante de propiedad intelectual.

La publicidad en plataformas ha evolucionado. ¿Qué oportunidades ofrece hoy a las marcas para conectar mejor con su público y optimizar su inversión?
El mundo de la publicidad ha cambiado radicalmente. Movistar Plus+ fue la primera plataforma en España en ofrecer publicidad y, en su día, fuimos criticados por ello. Ahora todas las plataformas globales han dado ese paso ofreciendo versiones más accesibles en precio sin renunciar a la calidad del contenido, lo cual es especialmente importante en un momento donde se limita el

Esa etapa estuvo también marcada por las promociones culturales, que convirtieron a El País en la mayor editorial y distribuidora de cine y música en España. Cada lanzamiento –libros, discos, películas– era prácticamente una cuenta de resultados independiente. Llegamos a realizar más de 60 lanzamientos en un solo año, con una operativa de producción y distribución muy intensa. Fue un esfuerzo enorme, pero también un momento apasionante en el que los medios se convirtieron en verdaderos distribuidores de cultura.



El desafío actual

El gran desafío actual es que los medios recuperen la credibilidad y apuesten por los contenidos de calidad y de rigor, modernizando las narrativas para los distintos públicos.

Hoy la desinformación es uno de los grandes riesgos sociopolíticos; cualquiera puede emitir contenidos sin aplicar criterios de rigor.

Y a nivel de negocio, el modelo está también en revisión. Las suscripciones digitales y la publicidad –especialmente con los bajos CPM que tenemos en España– no son suficientes. Igual que en otros sectores, hay que diversificar ingresos en ámbitos donde la marca tenga legitimidad: educación, contenidos especializados, producción , eventos.... En Movistar Plus+, el core business eran las suscripciones pero además, desarrollamos nuevos ingresos produciendo contenidos para terceros, lanzando una comercializadora de publicidad que vendía también espacios de terceros, lanzamos una agencia creativa y de eventos dentro aprovechando las capacidades de producción que teníamos, y lanzamos una distribuidora de contenidos para rentabilizar nuestras inversiones y las de otros players. El principio es el mismo para cualquier industria: identificar dónde tu marca tiene credibilidad y generar valor más allá del negocio principal apalancándote en tus activos.

–Cristina Burzako



"Tan importante como los logros, es vivirlos con sencillez, humildad y respetando a todas las personas por igual. La arrogancia mata a las personas y a las organizaciones".

"Lo que proyectas fuera empieza dentro: en el equipo, en el relato y en la coherencia diaria".

número de streams compartidos por cuenta.

Para las marcas esto ha permitido tres beneficios clave: un mayor alcance al ampliar la base de usuarios que entran en versiones más asequibles, una segmentación precisa impactando "uno a uno" con datos fiables y una optimización de la inversión con mejor retorno.

¿Qué papel juega la tecnología para atender mejor las necesidades de los clientes?
Hoy todos los sectores son tecnológicos; la tecnología y los datos son claves en cualquier industria.

En lo audiovisual la tecnología es una palanca estratégica en dos frentes. El primero es en la capacidad de personalización, integrando los datos para adaptar los contenidos y la experiencia a cada usuario, desde recomendaciones inteligentes hasta seguimiento de hábitos. Los usuarios esperan que las plataformas los conozcan y sepan qué equipo de fútbol siguen, si han visto o no determinados contenidos, qué contenidos les gustan y en qué idioma los disfrutan.

Por otra, la calidad del servicio: una conectividad robusta en eventos masivos, con baja latencia y alta estabilidad. El respaldo de la red de Telefónica en este sentido era una ventaja competitivas clara de Movistar Plus+. Contábamos con los mejores contenidos y con la mejor "autopista" que llegaba al usuario.

¿Y, en concreto, qué rol desempeña la inteligencia artificial?
La IA ha dejado de ser una novedad para convertirse en infraestructura crítica de negocio: mejora eficiencia y costes, optimiza la estrategia y abre nuevos modelos de negocio.

En lo audiovisual la IA está presente en todo el ciclo: desde la preproducción y producción de contenidos, hasta la distribución, el marketing y la experiencia de usuario.

En breve veremos cómo una misma película tendrá distintas tramas, casting y finales, adaptada y co-creada con el espectador. Además, crearemos contenidos a un coste y velocidad que antes eran impensables, probaremos ideas con audiencias virtuales antes de invertir en producción real y lograremos una accesibilidad radical del contenido a nivel de idioma y adaptación cultural y de accesibilidad.

A título personal, ¿cómo utiliza la inteligencia artificial en su día a día como directiva?
Utilizo a diario herramientas como ChatGPT, Perplexity, Claude, Copilot y Dall-E. Me hacen más eficiente a la hora de preparar documentos y reuniones y me ayudan a pensar distinto, detectando puntos ciegos

y retándome como lo haría un asistente crítico que ayuda a elevar la calidad del pensamiento estratégico. En cualquier caso, todas estas herramientas siguen teniendo área de mejora. Personalmente, echo en falta más espíritu crítico y en ocasiones más rigor en las respuestas. Pero irán mejorando.

¿Quién la desafía más, la inteligencia artificial o los equipos?
Sin duda, los equipos. Me rodeo de los mejores, con talento y confianza mutua, capaces de retarme como líder y entre ellos. En Movistar Plus+ tuve un equipo tan potente que me desafiaba mucho más que cualquier herramienta de IA. Salíamos de los comités de dirección agotados de reflexionar y cuestionarnos unos a otros, con autenticidad y sin política y a mí me retaban sin parar. Eso es oro molido.

¿Qué papel cree que juega hoy el teletrabajo en la cultura y la energía de las organizaciones?
Defiendo un modelo híbrido. La energía del contacto presencial es irremplazable, pero la flexibilidad es clave para atraer y fidelizar al talento. He perdido candidatos brillantes por no poder ofrecerles suficiente flexibilidad. En un negocio 24/7 (como creo que son ya todos), lo importante es confiar. Motivar y medir por resultados, no por presencia física. Nunca se me ha ocurrido fiscalizar las vacaciones o las horas que hace el equipo y hasta ahora he logrado niveles de compromiso máximos.



Un consejo. "No hay que temer equivocarse: la valentía y la confianza también se entrenan".

¿Cómo le gustaría ser recordada por sus compañeros de Movistar Plus+? ¿Qué legado le gustaría dejar?
Todos los reconocimientos son siempre colectivos. Entre todos hemos construido una cultura única. Un equipo valiente, que ha recuperado la magia y que ha trabajado todos a una. Un equipo humilde en una industria llena de egos, que ha trabajado desde el respeto y las ganas de aprender. Hemos hecho crecer los resultados de negocio creciendo nosotros mismos. Creo que esa cultura es el mayor legado que hemos construido entre todos. Y me encanta.

De todo lo logrado, ¿de qué se siente más satisfecha?
Del cambio cultural interno. Los resultados comerciales y financieros han llegado como consecuencia. Lo que proyectas fuera empieza dentro: en el equipo, en el relato y en la coherencia diaria. La cultura es continua y nace del líder. La "C" de CEO viene de cultura.

Personalmente, ¿cómo entiende la diversidad en las organizaciones?
Para mí, la diversidad real se logra con una cultura que valore miradas y trayectorias distintas, que integre distintas maneras de pensar y que les de voz en la toma de decisiones. Incorporar a alguien distinto para luego no tenerle en cuenta no es diversidad real; es política.

Personalmente no soy muy partidaria de obsesionarnos por las cuotas porque creo que esos KPIs pueden eclipsar la diversidad de verdad. Además, siempre dejas fuera colectivos socio-demográficos que pueden ser clave para tu negocio. Dicho esto, es capital que el CEO sea una persona abierta, que abrace la diferencia, que sea sensible a



colectivos desfavorecidos y que los impulse desde esa diversidad de mirada que aporte en las mesas de debate.

En Movistar Plus+ teníamos una diversidad enorme, y aun así necesitábamos mejorar en colectivos clave para el negocio como los jóvenes y los extranjeros. Y nunca dejar atrás a un grupo clave que se nos olvida: el de las personas con discapacidad.

Algunas plataformas de contenidos se han obsesionado con representar la diversidad en su oferta de entretenimiento...
En algunos casos, el afán por mostrar diversidad –personajes de distintas razas, géneros u orientaciones– ha eclipsado lo esencial: el relato. En Movistar Plus+ nos obsesionaba crear historias propias, singulares y valientes, que en sí mismas aportaran diversidad. Así nacieron títulos que hoy forman parte del legado cultural español, como La Mesías, Querer o Antidisturbios. ¿Acaso La Mesías o Querer no es aportar diversidad a nuestra cultura?

Como mujer, ¿cuál ha sido su experiencia en sus diferentes posiciones de liderazgo?
En algunos entornos me ha costado sentirme segura para expresar mi voz; en otros, más diversos y abiertos, siempre lo he hecho con confianza. Por eso en Telefónica decidí mentorizar a mujeres directivas y predirectivas: para ayudarles a superar barreras que yo misma vivía y vivo, como la autoexigencia extrema o el síndrome de la impostora.

En esto es clave trabajar mucho el autoconocimiento y la gestión emo-

"Nunca me han obsesionado los cargos ni he trabajado con la meta de romper techos de cristal. Me he centrado en hacer bien mi trabajo y las oportunidades han ido llegando".

"Las compañías son como bandas de jazz y todos los instrumentos son igual de importantes para que suene bien la música. Cada uno ha de saber dónde brilla más y lo que le hace más feliz".

"En algunos entornos me ha costado sentirme segura para expresar mi voz; en otros, más diversos y abiertos, siempre lo he hecho con confianza".

"La IA ha dejado de ser una novedad para convertirse en infraestructura crítica de negocio".

"La diversidad de verdad implica formar equipos con diferentes miradas y dejarles tener su propia voz en los foros de decisión. Gente que venga de lugares distintos, con enfoques diferentes y darles visibilidad y dejar que decidan de verdad. Limitar la diversidad a cuotas por segmentos demográficos tiene las patas muy cortas¨.

cional de cada una. Tenemos que tomar responsabilidad de nuestro propio desarrollo y carrera. Nadie lo va a hacer por ti.

¿Cuáles son las barreras que frenan las carreras profesionales de algunas mujeres?
Creo que muchas mujeres vivimos barreras como no postularnos a un puesto si sentimos que no cumplimos todos los requisitos, afrontar la maternidad como un dilema (¿impulso mi carrera o soy madre?) o sentir culpa por no ver a nuestros hijos varios días seguidos. Por eso decidí usar mi visibilidad para ayudar a otras mujeres de Telefónica. El avance depende tanto del impulso individual que demos cada mujer a nuestra propia vida como de los líderes que, desde posiciones de influencia, facilitemos que se vayan derribando estas barreras.

¿Alguna vez soñó con ser directora general?
Nunca me han obsesionado los cargos ni he trabajado con la meta de romper techos de cristal. Me he centrado en hacer bien mi trabajo y las oportunidades han ido llegando. Cuando con 29 años entré en el comité de dirección de El País, pensé: "¿Estáis seguros de que voy a poder con esto?". Esa autocrítica me ha acompañado siempre, pero también me ha impulsado a hacer las cosas

"En los puestos de primera línea hay que vivir cada día como si fuera el último, y saber no solo entrar en un rol, sino también salir de él".

cada día mejor. Creo que un ascenso o un salario mejor deben ser consecuencia, no objetivo. Hay que trabajar más en tu persona, que es lo que permanece, que el cargo, que es efímero, y te diría que hasta irrelevante.

Para coger las oportunidades, no solo has de estar en el sitio correcto en el momento correcto; también has de ser la persona adecuada, y eso sí depende de lo que nos trabajemos cada uno.

Y dicho esto, nadie es más ni mejor persona por ser CEO que por estar en un nivel inferior. Las compañías son como bandas de jazz y todos los instrumentos son igual de importantes para que suene bien la música. Cada uno ha de saber dónde brilla más y lo que le hace más feliz.

¿Qué personas a lo largo de su trayectoria la han ayudado a ser mejor persona y profesional?
Todos acabamos siendo la suma de pedacitos de la infinidad de personas que marcan nuestra vida. Siempre trato de aprender y escuchar al que tengo delante, sea quien sea.

Dicho eso, hay tres personas que han sido y son mis grandes referentes: mi abuela paterna (mi amama), mi padre y mi madre.

De mi amama aprendí el valor del carisma, la energía positiva y la capacidad de ganarte a los demás. Sin estudios, se hizo cargo sola de la farmacia de mi abuelo y la sacó adelante con determinación, alegría y una fuerza que parecía inagotable. Nada se le resistía incluso en momentos difíciles que tuvo que superar. Siempre positiva y siempre para adelante, transmitien-



do esa sensación de "podré con lo que venga".

Mi padre es uno de mis mayores pilares aún a fecha de hoy. Su sentido común es aplastante y siempre nos enseña a cuestionarnos el porqué de las cosas, actuando con lógica y practicidad. Cuando estás ante un dilema, te dice: "¿Qué es exactamente lo que quieres lograr o resolver con esta decisión?". Además, él tiene un equilibrio único entre exigencia y sencillez. Nos han inculcado a dar siempre lo mejor de nosotros mismos, pero sin sentirnos mejores que nadie. Tan importante como los logros, es vivirlos con sencillez, humildad y respetando a todas las personas por igual. La arrogancia mata a las personas y a las organizaciones.

De mi madre he heredado la obsesión por los detalles y por cuidar de las personas. Esa "última milla" que marca la diferencia, que hace que los demás se sientan importantes. Dar tu mejor versión en lo mínimo que hagas. Los detalles y el mimo hacia las personas importan más de lo que pensamos y nadie como ella lo hace. Nos cuidó a los cuatro hermanos con mimo y cariño en todo momento.

Ellos tres son mis grandes pilares y gracias a ellos se forjó la unión familiar que seguimos manteniendo hoy.

¿Hay algún consejo que habría agradecido recibir al inicio de su carrera profesional?
Dos consejos que van unidos: "Relájate y disfruta del camino" y "Exprésate con seguridad".

Muchas veces me exigí tanto que olvidé de disfrutar, porque mi excesiva autoexigencia ha eclipsado en ocasiones el goce del camino. Los equipos me han enseñado sobre la importancia de celebrar los éxitos, de parar, reflexionar sobre lo logrado y festejar. Mi educación me ha marcado en la austeridad de la celebración en los logros y creo que es un error.

Y también en mi carrera he dudado si mi voz tenía suficiente criterio y no le he dado peso. Hoy sé que las opiniones propias cuentan y que no hay que temer equivocarse: la valentía y la confianza también se entrenan.

En este cierre de etapa, ¿cuál ha sido su mayor aprendizaje?
He aprendido a aceptar los cambios con la misma deportividad que las oportunidades. En los puestos de primera línea hay que vivir cada día como si fuera el último, y saber no solo entrar en un rol, sino también salir de él. Aunque seguramente habré cometido errores, he procurado hacerlo siempre con respeto y cariño hacia una compañía que ha sido clave en mi vida. Y también he vivido que todo lo que cultivas se recoge: me ha abrumado el cariño y el respeto que sigo recibiendo. Movistar Plus+ acabó siendo mi (otra) familia.

¿Puede adelantarnos algo sobre sus próximos proyectos?
Ahora estoy en una pausa de reflexión que me permitirá ganar perspectiva y decidir con serenidad. Trataré de elegir un sector que me ilusione, una cultura emprendedora y enfocada en las personas y en el cliente y sobre todo, trataré de escoger bien los compañeros de viaje. En los negocios, como en la vida, las personas con las que compartes el camino marcan la diferencia.

Desde C84 seguiremos la 'luz' de Cristina Burzako, allí donde la lleven sus próximos pasos.

© Jordi Cuatrecases
y Rosa Galende

HUFFPOST

POLÍTICA GLOBAL VIRALES LIFE VÍDEOS EL TELEVISERO NOTICIAS TRABAJO ÚLTIMAS NOTICIAS

DEPORTE

Antoni Daimiel: "Recibí comunicación de Amazon y Dazn, pero no se dieron las circunstancias para renunciar a todo"

Entrevista con el especialista de la NBA que, tras 30 años, no va a comentar la liga estadounidense después de que Movistar+ perdiera los derechos.

Alfredo Pascual 17/10/2025 a las 16:57



Antoni Daimiel y la NBA en España han sido durante 30 años una simbiosis perfecta en la que prácticamente ha sido imposible separar al periodista de la competición. Desde aquella temporada 1995/96 en la que debutó y contó el cuarto anillo de Michael Jordan hasta el título de este último año, el primero de Oklahoma City Thunder, Daimiel ha sido el experto, la voz calmada del analista y el que tenía la estadística precisa tras una acción, pero también el que daba el comentario ácido y contaba la anécdota que luego acababa por romper registros en redes. Todo ello, y parafraseando a *La Fuga*, mientras vivía más de noche que de día.

Sus 30 años siendo la voz de la NBA en España han llegado a su fin -por lo menos de momento- después de que **Movistar+ perdiera los derechos desde esta nueva temporada**. El curso que empieza el próximo martes 21 de octubre se verá en España tanto en Amazon Prime, gracias a un acuerdo mundial de la liga con la plataforma, como en Dazn, pero no en Movistar. Daimiel a pesar de tener ofertas tanto de ambos canales las ha rechazado y ha decidido continuar en la casa en la que lleva 35 años, desde que entrara en 1990, aunque eso le ha llevado a dejar la NBA.

En todo momento, este comunicador manchego de 55 años se define como periodista, incluso por encima de periodista deportivo, tal y como cuenta en una entrevista a *El HuffPost*. En ella reconoce que **no tiene miedo a afrontar nuevos retos** y agradece el cariño que ha recibido por parte de amigos, compañeros de profesión y aficionados de todas las edades. Está tranquilo, con la incertidumbre del futuro, pero con la certeza del trabajo realizado y la convicción de ser "una persona que pretende vivir de su profesión, pero que tiene otras muchas inquietudes y quiere vivir lo más tranquilo y feliz posible, sin demasiadas pretensiones".

¿Cómo estás a escasos días de que empiece una nueva temporada NBA y no estés para comentarla tras tres décadas haciéndolo?

Todavía con mucha incertidumbre, pero bien, esperando a ver cómo se perfila y se define la temporada. Nos confirmaron en Movistar que no teníamos NBA más o menos coincidiendo con la salida en prensa del anuncio de Dazn, pero desde hace más de un año ya se conoció que Amazon Prime había comprado a nivel mundial los derechos, solo que faltaba ese segundo *partner* y ahora ya se ha sabido que es Dazn.

¿Ha costado tomar la decisión de no seguir?

La última temporada había sido un poco rara por estos problemas que se avecinaban de negociación de derechos y no es que me hubiera hecho a la idea, pero sí sabía que podía pasar. La cosa es que cuando nos lo confirman entra un dilema que tiene que ver con esos 30 años de haber hecho NBA en televisión, que es el de si uno que ha estado haciendo 30 años tiene que seguir haciendo eso o no, y en este caso me tenía que ir de la empresa en la que he estado de una manera u otra vinculado durante 35 años.

Recibí comunicación tanto de Amazon Prime primero como luego de Dazn, pero en ninguno de los dos casos se daban las circunstancias propias para renunciar a todo y cerrar una etapa de muchos años y cambiar de empresa. A la vez, Movistar+ me ha insistido en que soy muy importante, que seguro que vamos a encontrar otras cosas para hacer y en esas estoy ahora mismo, así que más o menos tengo descartado moverme de Movistar y vamos a ver qué se puede hacer, hay algún plan hablado, pero nada concreto.

Nunca he tenido miedo en afrontar retos diferentes. Aunque haya sido un especialista en comentar la NBA me siento periodista por encima de todo, incluso de periodista deportivo, y he hecho otras cosas a lo largo de mi carrera también como entrevistas, reportajes, etc, etc., así que seguro que coincidimos y encontramos algo.



¿Te han escrito mucho durante el verano? El hecho de que no viajárais a las finales sumado a la despedida de Guille Giménez en el séptimo partido se entendió casi como un punto y final.

Sí, muchísimo. Desde agosto hasta hoy atender al WhatsApp es un trabajo, una locura y algunos, y lo lamento, se me habrán ido al limbo y los he dejado sin responder. Te entran muchos diferentes, se te olvida y me agobio bastante porque no me da la vida y en cuanto tenía que hacer otras cosas se me hacía imposible. He recibido muchos mensajes cariñosos de gente que no conozco o que no tengo mucho trato y lo valoro y agradezco mucho.

Luego hay otro fenómeno paralelo que me lleva a sonreír y que debe ser hasta lógico, y es que hay mucha gente, incluso de la profesión, que pensaba que me quedaba sin trabajo. Me han llegado propuestas de trabajo locas porque son más relacionadas con alguien que está en el paro que otra cosa. Pensaban que se me

acababa la vinculación y que era un agente libre total y necesitado y me han llegado ofertas de todo tipo. Al final 30 años haciendo lo mismo en televisión genera mucha atención y se quiere saber qué pasa ahora, pero en la vida estas cosas van ocurriendo y con el tiempo se normalizará todo, habrá otros comentaristas y la gente a la que le gusta la NBA la seguirá sin ningún problema.

En el videojuego 2K26 sí que sigues poniendo la voz.

Por lo menos en el 26, sí. Veremos en un futuro qué ocurre, tampoco descarto volver a hacer NBA. Lo que sé es que tengo muchos años y no me gustaría estar trabajando al máximo, me gustaría racionalizar mi actividad laboral y conciliar con otras inquietudes y temas personales y familiares. También voy a seguir en el videopodcast de *3+1 de Drafteados* y eso me hará seguir la NBA, no sé si cómo siempre, pero sí que lo voy a intentar.

Poniendo de ejemplo lo que pasa en la NBA, ¿podría llegar Amazon o Dazn y poner una oferta muy buena sobre el cierre del mercado que te haga recapacitar la decisión?

Cuando me han llamado yo he atendido y escuchado, no era algo que descartara de primeras. He tenido mis conversaciones con unos y con otros, entonces eso quiere decir que se podría haber dado el caso y decir que era la oportunidad de poner el broche final a mi carrera, dar las gracias a Movistar e irme, pero no se han dado las circunstancias. Siempre me amparo en eso de 'lo que sucede, conviene', a mí me ha ido bien, he tenido suerte y me he movido mucho por instinto y ahora me ha parecido que lo más interesante y razonable era mantenerme en Movistar.

No se han dado las circunstancias para irme de Movistar

Antoni Daimiel

¿Te puede costar cambiar los ritmos de vida tras 30 años viviendo de noche?

Veremos a ver, es una muy buena pregunta. En lo que es el periodo entre temporadas, que va desde finales de junio hasta octubre, creo que me ha pasado de todo. Ha habido veces que he querido cambiar el horario, otras que lo he cambiado sin querer y otras que no, pero ahora mismo lo tengo bastante cambiado. Me estoy durmiendo antes y despertando casi sin despertador a las 9.30 o antes incluso, eso es un cambio significativo. En estos 30 años me salía natural mantener el horario y creo que me ha ido para no mantener un *jet lag* permanente.

Es verdad que he tenido alguna crisis que otra durante estos años, pero en lo general lo he llevado bastante bien. Ha habido circunstancias favorables porque vivía en un sitio donde había silencio, no había sido padre todavía y podía descansar más. También es verdad que ha habido muchos años que yo hacía partidos de NBA y no hacía nada más, así estuve 10 años, vivía para hacer partidos de NBA y para mi tiempo libre y ya. A partir del 2006 sí empecé a colaborar con otros medios y ha habido épocas de mucho trabajo, pero en estos últimos años sí que he ido reduciendo un poco porque era lo que me pedía la manera en la que quería vivir.

¿Que se hayan acabado los derechos te ha podido acelerar involuntariamente ese proceso de poder conciliar más con tu hijo?

No, y te lo digo sinceramente. Llevo años en esa dinámica sin tener ni idea de que esto iba a pasar. Llevo años queriendo dedicarme más a mi familia, a otras inquietudes y a mí. Obviamente ha sido porque he tenido una carrera larga y he sido un privilegiado y no necesito estar trabajando a tope en cinco sitios para ganarme la vida. Además, la pandemia fue un punto de inflexión para todos y a partir de ahí empecé a pensar que llevaba 26 ó 27 años comentando la NBA y veía el horizonte de 30 sin saber nada de lo que iba a pasar, pero lo veía como un número muy redondo y no me agobiaba en pensar que hay se podía cerrar una etapa. Es verdad que este cierre no ha sido voluntario y si siguiera la NBA en Movistar yo seguiría, pero se ha dado así y ya está.



Andrés Monje, por ejemplo, sí que se ha ido a Amazon Prime, aunque él es más joven y está digamos en sus primeros años y sois casos distintos, pero ¿si a ti esto te llega a pasar con 15 años menos te habrías cambiado?

Es posible que sí. He tenido mis crisis personales que han tenido que ver con cosas externas y también con cosas mías de amor o desamor con mi actividad profesional, y muchas veces han tenido que ver con cosas de fuera. Cuando se fue Andrés Montes a laSexta en 2006 entré en una crisis porque veía que mi carrera no había avanzado como debía y rompí un poco con la NBA. Me mantuve haciendo All Stars y Finales en la 2007/08, pero esa fue la temporada que estuve más apartado y no hacía partidos semanales. Luego en la 2008/09 hice algo más, fui a las finales con el primer anillo de Gasol y ya me ofrecieron cambiar el vínculo y volver a hacer NBA a tope y lo acepté.

También ha habido épocas, como 2017 y 2018, que no estaba cómodo. Hubo muchos cambios en Movistar en la estructura de deportes y no es que me dieran vértigo, pero al final te generan inseguridad y piensas que igual a los nuevos responsables no les gustas tanto y quieres empezar una relación de cero. Ha habido otras épocas en la que me daba pereza los viajes, pero ahora en los últimos años sí que he viajado con toda la ilusión de los mejores días y he estado bien. Creo que ha funcionado bien el programa Generación NBA y las retransmisiones y ahora estaba bien, pero ha habido épocas para todos los gustos.

Entonces, en esas épocas de 2008 o 2018 sí que me habría planteado irme, aunque las condiciones hubieran sido peores que en Movistar por situación personal y por edad, pero ahora no. En cuanto al caso de Andrés, entiendo que él haya optado por eso, es una persona muy cabal y sabe lo que tiene, lo que le interesa y es muy buen comentarista y me alegro que haya podido elegir y espero que lo haya hecho bien.

¿Te podremos ver en algún momento de la temporada comentando Euroliga en Movistar?

No lo descarto al 100%, pero de momento no, no estoy en el equipo. Sí que me dieron la posibilidad de entrar, pero ya estaba un poco el equipo formado y mi situación cuando se me planteó era muy incierta y preferí no meterme ahí. Además, un poco por estatus y por antigüedad, es casi el único baloncesto que ha quedado y era obvio que me lo iban a ofrecer, pero si digo que sí habrían sacado a alguien que ya le habían dicho que iba a estar en Euroliga y los puestos iban a correr y me iba a sentir mal. Estos años he hecho partidos de ACB y Euroliga y me sentía mal porque ellos estaban haciendo la temporada y luego llegaba un muy buen partido y me ponían a mí de invitado, pero era algo que me pedía la empresa y aparecía en mi contrato.

En otras épocas sí que me habría planteado irme, aunque las condiciones hubieran sido peores

Antoni Daimiel

¿Sientes que con Guille Giménez en parte le habéis robado el show a un producto como la NBA con esas historias que muchas veces captaban más la atención en televisión y en redes que los propios partidos?

No, yo no siento eso. Eso surge con Montes en los primeros tiempos hace 30 años y luego ha habido idas y venidas en función de los que estamos en las retransmisiones. Yo nunca he dejado de ver estos momentos como un recurso de la narración del partido, aunque es verdad que ha habido algo muy reconfortante para mí al menos, y es que este tipo de cosas nos ha beneficiado o dado cierta ventaja en la aceptación de las generaciones más jóvenes. Ha mezclado y encajado bien con lo que busca el consumidor más joven en televisión y redes sociales y me he sentido muy valorado y hasta querido por gente de 10, 12 o 15 años. A eso le doy mucho

valor porque los hábitos de consumo están muy diferenciados, pero siempre ha sido un recurso. También se debe a la manera de entender esto por parte de Guille Giménez y de mí. Al final, ha sido un recurso y no lo hemos alimentado de más porque podríamos haber forzado y no lo hemos hecho.

¿Te da pena ver a Guille narrar un partido de tenis casi de dos desconocidos en primeras rondas de un Máster 1000?

Doler no me duele, él es un empleado con contrato indefinido desde hace 30 años en Movistar y ha sido el primer narrador de NBA desde hace diez años y con cierto éxito y relevancia y ahora de momento está haciendo eso. No sé si le han planteado otras cosas o no, si está a gusto o no. Esto también cambia según el prisma desde el que lo vemos, muchos periodistas sin trabajo estarían como locos con ser el tercer narrador de tenis de Movistar y él además ya ha hecho el US Open alguna vez, así que no me ha sorprendido verle hacer tenis. Tampoco sé los criterios de los responsables por haberle puesto ahí y no en otras cosas.

¿Tú te verías comentando un partido de fútbol o más haciendo un programa estilo *Informe Robinson*?

De estas cosas me veo capacitado para sacarlas adelante bien. Yo no comentaría fútbol americano, hockey hielo, rugby o incluso tenis, eso tendría que ponerme al día y necesitaría tiempo, así que no voy a lo loco aceptando cualquier cosa. Si no estoy muy al día al final se va a notar y es una locura, pero fútbol sí que lo sigo desde que tengo uso de razón, he hecho cosas de fútbol en televisión y radio y bien. Reportajes igual, empecé en *El día después* haciendo vídeos, entrevistas y creo que ahí puedo aportar. Luego otras cosas lo descartarían, si me dicen que haga cosas para las que no estoy capacitado diría que no porque vamos a quedar todos mal.

Cambiando de tercio y sobre la nueva temporada NBA, ¿cómo la ves, repite Oklahoma anillo o ves otras posibilidades?

Oklahoma va a estar ahí unos años a no ser que cometan errores graves con movimientos de plantilla. Es un equipo muy joven, muy bueno y con la experiencia de haber ganado, que siempre suma bastante. El problema es que es peligroso para estos equipos que pueden ser una dinastía el primer año después de ganar, este que vamos a afrontar, porque a veces se cogen vicios a la hora de planificar la temporada que le pueden llevar a cometer errores y que aparezca otro equipo y les supere. También en la administración de jugadores, tanto por exceso y defecto, porque piensas que vas a competir en playoffs y puedes dar descansos y pueden acarrear problemas físicos, que cueste conectar, etc. Es el gran favorito, pero la competición sigue muy abierta, hemos tenido siete campeones en siete años y cualquier equipo que pueda estar ahí la puede ganar.

Además, hay un componente nuevo que es la Emirates Cup y siempre puede poner a equipos a un muy buen nivel pronto para ganarla que luego sufren crisis. Hay muchas cuestiones, igual que los movimientos de jugadores hasta febrero, son

muchos condicionantes que hacen que la liga sea más interesante. En el Este hay muchas opciones, está abierto y con equipos con lesionados que se descartan, pero yo creo que hay que esperar a ver cómo compiten.

¿Te decepcionó el anuncio de LeBron James?

El concepto decepción con mi edad está caro, pero sí que me parece que no necesita eso. La gente más joven puede ser más receptiva con este tipo de cosas, incluso hay gente que celebra el troll y todo eso, pero yo creo que no necesita eso y cebar de esa manera un anuncio para que sea eso creo que hace que la valoración global de deportista y ciudadano de LeBron, que siempre ha estado muy bien clasificado en esos parámetros, haya bajado.

¿Ves a España con la posibilidad de que vuelva a ser medio plazo lo que ha sido en la NBA?

A corto plazo lo veo difícil. Salen jugadores en cuanto a que siempre tenemos muy buena selecciones inferiores, pero hay un salto para llegar a nivel profesional y ahí es donde tenemos más problemas. El otro día leí que Aito García Reneses decía que nos faltan jugadores altos, que a lo mejor no sacamos tantos jugadores de 2,08 para arriba, que hoy en día salen en muchos países y son capaces de hacer de todo en la pista y esto nos está faltando un poco. Los jugadores altos que hemos sacado últimamente son más especialistas exceptuando un poco a Santi Aldama. Después hay que dotar al clima competitivo para que crezcan en esa edad y vamos a ir poco a poco. Hay que ver si Chus Mateo puede crear un bloque sólido para clasificarse para los eventos primero y luego competir, que no es fácil. En baloncesto, y es una obviedad que no está mal recordarla, juegan cinco jugadores y en cuanto un país, aunque no tenga una gran tradición, te saca a tres muy buenos porque te sale una muy buena generación te puede hacer el lío, y más en torneos cortos.

Hay que confiar en que se pueda hacer un buen trabajo porque es muy importante el devenir de la selección para el estado de ánimo del aficionado, crear nuevos, etc. Si España lo hace muy bien, luego durante la temporada quiere ver más baloncesto.

¿Con qué momento te quedas tú de toda tu carrera? ¿El sexto anillo de Jordan?

Ese es uno de los que más, sí, pero yo no era tan consciente. Yo empiezo en diciembre del 1995 y no era consciente del momento que se estaba viviendo, igual en EEUU tampoco, pero es que en esos tres primeros años, 1996, 1997 y 1998 son los años del documental *The last dance*, que arrasó, después en pandemia. Cuando llegamos a las finales del 1996 en Chicago me di cuenta que era un momento histórico por la prensa, lo que vendían en tiendas con el 72-10, que era el récord de la Liga Regular, y que estaba Jordan, que era uno de los deportistas más relevantes a nivel mundial. Esos tres años son muy top, pero hay más.

Los Spurs han sido muy importantes con sus cinco anillos y alguna final perdida, también los Lakers de Shaq y Kobe y después con Pau Gasol. Por otro lado, el factor LeBron y los Warriors también y la final de 2016 no le tiene nada que envidiar a ninguna otra que haya vivido. Fue un 4-3, remontada, con LeBron, Curry, etc, lo tuvo todo.

MARCA

Radio MARCA

Susana Guasch: "Tengo 46 años y me siguen llamando enchufada... Es increíble"

La periodista de Movistar + fue protagonista en Radio MARCA



Susana Guasch: "Tengo 46 años y me siguen llamando enchufada... ¡Es increíble!"

PABLO PARRA 17/10/2025



"No me tires cosas de clickbait...", así termina la entrevista con Susana Guasch. Mira a los ojos, responde sin tapujos y siempre dice lo que piensa, algo que le ha podido pasar factura en algún momento.

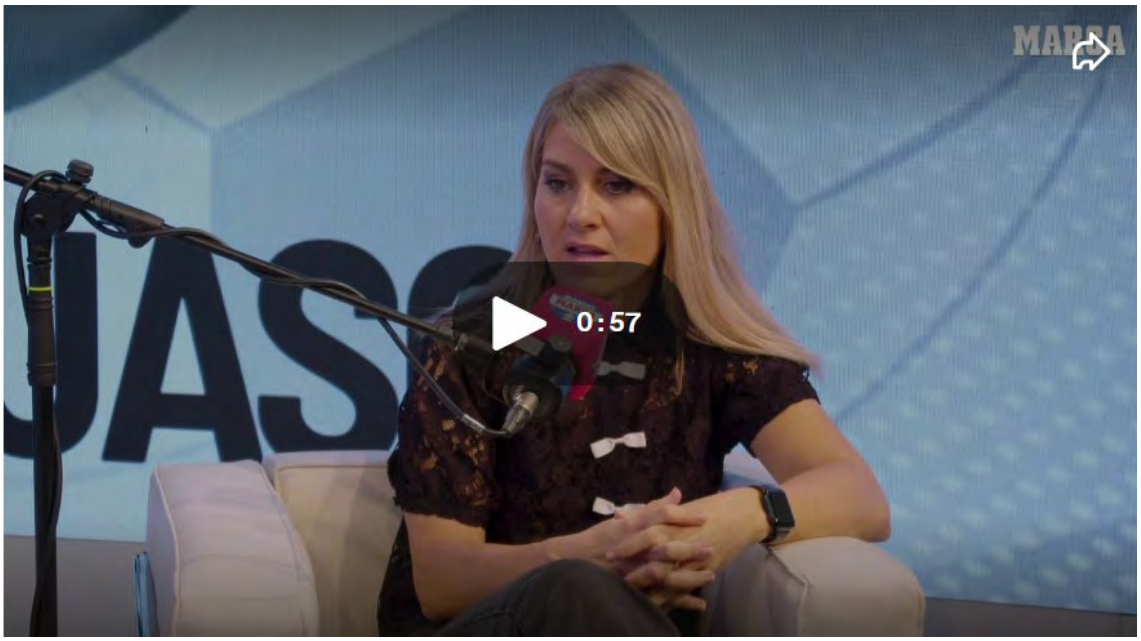
Una de las periodistas más prestigiosas de nuestro país, inicia un serial de entrevistas a profesionales de los medios de comunicación que cada viernes tendrá lugar en la radio del deporte.

Pregunta. Bienvenida Susana, es usted la primera entrevistada... ¿Cómo lleva lo de hacer entrevistas? ¿En qué lado se siente más cómoda?

Respuesta. Preferimos todos estar en el tuyo ahora mismo. Aunque es verdad que te acabas acostumbrando y que también tenemos un tipo de vida que a la gente le interesa, ¿no? Le puede interesar. Y hay cosas que contar, porque es verdad que nuestro día siempre es distinto. Así que, bueno, te acostumbras, pero no voy a hacer de esto una costumbre. Nosotros somos periodistas y estamos acostumbrados a preguntar, no a que nos pregunten.

P: Pero usted, en su caso, Susana, es muchas veces noticia por muchas cosas, por la repercusión que alcanza. Por ejemplo con lo que pasó con Luis Enrique en la final de la Champions... ¿Cómo es el momento en el que siente la necesidad de dar explicaciones de lo que ha pasado?

Pues que no sabes si es mejor o peor. Todavía, a día de hoy, tengo dudas de si hice bien o no. Porque, claro, se magnifica más. Yo recuerdo de volver de Múnich, de la final de la Champions, que fue un sábado. El domingo de vuelta a Madrid, fui a comer con mi familia, con mi marido y con mis dos hijos pequeños. Y, claro, el niño ya tiene 11 años. El niño vio todo, vio el pospartido, ya lo entiende. Entonces, claro, me decía, ¿pero qué ha ocurrido? Y, claro, yo no quería que fuera tanto. Al final son las redes las que van armando un lío tan gordo... Antes, si tú no tenías redes, pasaba como un palito y ya está.



Se llegaba a decir cada cosa... En medios, en webs... Dije: no puede ser que la gente hable por mí. Y, además, cosas que no son verdad. No sabes la de medios que me llamaron de Francia para entrar a contar lo que había pasado. Pensé: "hasta aquí hemos llegado". En esto no somos protagonistas. Pero bueno, si te hacen protagonista, ¿qué vas a hacer? Pues darle una explicación.

P: ¿Es la mayor que ha tenido, la de Luis Enrique?

R: Bueno, empatada con la de Guardiola, sí. Sí, sí. Pero escucha, cuando digo cosas que son a favor nadie dice nada. Con Luis Enrique hubo un tira y afloja cuando estaba en el Barça por aquellas entrevistas que llegaron a generar tensión. Pero no hubo ni una falta de respeto, nada. Lo que pasa que yo iba a preguntar lo que había que preguntar en ese momento. Simplemente. Es que no hay más.

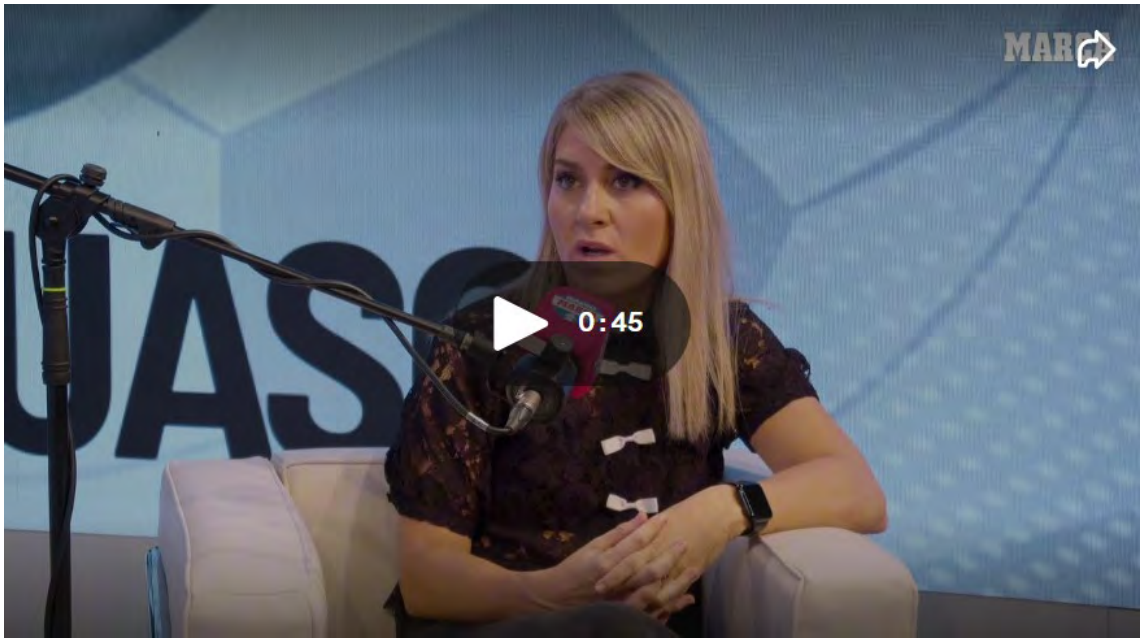
Con Mourinho también me pasó. Y con Zidane tuve mi rifirrafe. Con Zidane, que pocos habrán tenido un rifirrafe... ¡Con Zidane! Pues yo lo tuve. Pero, ¿qué pasa? ¿Por qué no sale eso? ¿Por qué no se le le da tanta bola? Pues porque soy del Espanyol, porque mi padre es no sé quién... Cuando digo algo bueno, o cualquier otra cosa, opinión del Barça, de Luis Enrique, de Guardiola... Eso no se hace viral porque no interesa.



¿Por qué crees que tenía guardado tan dentro eso?

Oye, le calé hondo. No sé. Hombre, él también sabe quién presenta la Champions en España, ¿no? Sabe perfectamente quién está. Igual, pues yo qué sé, pensaba: "Algún día me la encontraré en algún campo". Pero es cierto que tanto tiempo después, además, habiendo ganado con la fiesta que se estaba respirando allí y tal... Él sabe que solo se va a hablar de eso. Y es una pena, porque Mónica

Marchante, que consigue la entrevista, que estuvo hablando con él en cuartos, en semis, creo que en octavos ya también viajó y estuvo allí también estaba presente...



Cada partido le hacía una entrevista y ya llega el colofón final, que es en Múnich. Pues qué pena que solo se hable de esto, ¿no? Además, ese día por la mañana conocí a su mujer y a su hija Sira, que me las presentó Mónica, por las calles de Múnich que íbamos paseando. Y encantadoras, cariñosas, no te puedes imaginar. Son para comérselas a las dos. Y digo, bueno, pues nada... El padre tiene más carácter.

P: ¿Se sentaría usted con Luis Enrique a hacerle una entrevista?

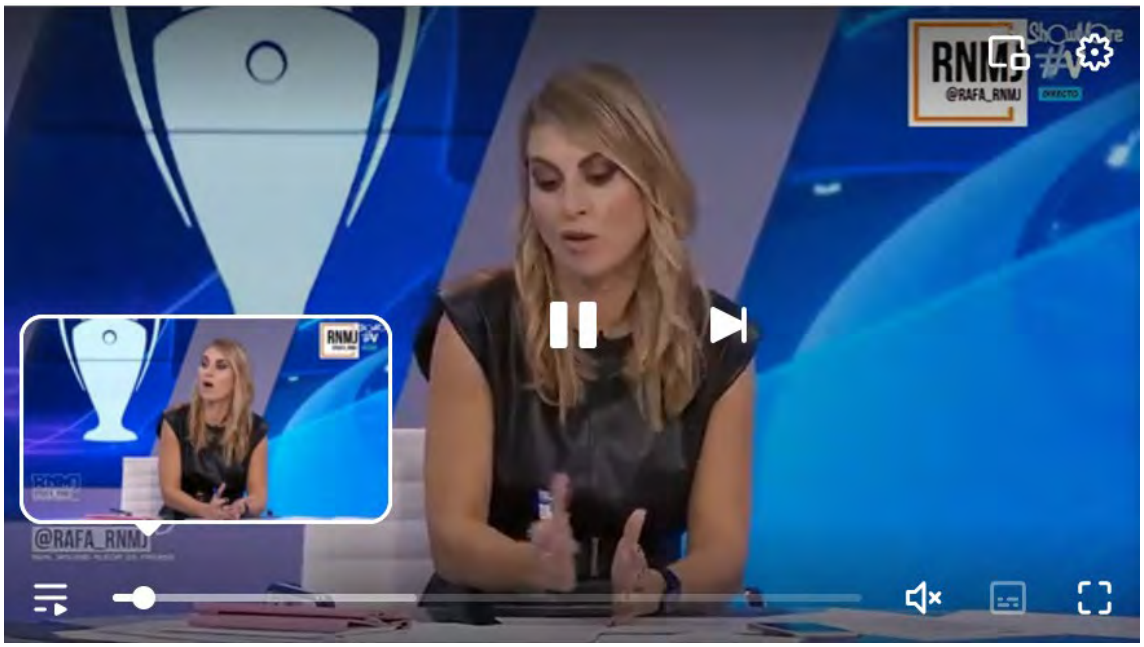
R: Por supuesto... ¿Usted no?

P: Sí. Supongo que con usted no sería una charla tan distendida como esta...

R: Bueno, quizá no.... Pero no tiene por qué. Y además ahora mismo está en un gran momento. Cuando las cosas van bien, todo fluye. El problema es cuando las cosas no van bien, cuando no ganas, que es cuando yo me lo encontré en el Barça. Que ahí estaba diferente. Yo le pillo en un momento de estrés.

P: ¿Por qué crees que a veces le cae ese *hate*?

R: Pues no lo sé, porque fíjate que como periodista deportiva mujer, debo ser la que más *hate* tengo en este sentido, ¿no? O en la que, pues eso, cualquier cosa que puedo decir, más se viraliza, ¿no? No sé si por mi apellido, porque llevo muchos años en esto, por ser mujer... Porque yo soy cero feminazi, ¿eh? Partiendo de esa base. Cero.



El pique de Valdano y Susana Guasch a causa de Guardiola: "¿No le confundirás con un perdedor?"

No voy a decir que a mí me afecta porque soy mujer. Yo en eso no entro y, además, nunca lo diré porque no lo creo así. Pero sí es cierto que a veces una mujer opina y dice de fútbol cosas que algunos cromañones, pues, no asumen, ¿no? Entonces, bueno, ¿tú por qué opinas o te atreves a decir algo distinto a un gurú, no? Pues oye, porque yo tengo mi opinión y de fútbol opina todo el mundo, gracias a Dios, ¿no? Yo creo que eso se magnifica mucho más porque, por ejemplo, con Guardiola y Valdano, ¿no? Si esto lo dice un hombre, no pasa nada, ¿eh? Nada. Es más, yo había escuchado en radios, en mogollón de tertulias, lo mismo que yo dije, que iba de fracaso en fracaso durante los últimos 12 años en Europa. No dije que fuera un fracasado. Lo había escuchado en muchas tertulias de radio.

P: Hay otra cosa que a usted le fastidia mucho y lo ha dicho muchas veces, que es el tema de lo del enchufe....

R: ¿Sabes qué pasa? Que esto que me estás diciendo lo justifico desde que empecé a trabajar en el periodismo a los 19 años. Y siempre me he tenido que justificar. Siempre. Pero es que ahora tengo 46 y todavía tengo que estar justificando que no soy una enchufada, que estoy en Telefónica. ¿Quién conoce a mi padre de allí? Nadie, ¿no? Ni en Movistar. Es que, además, yo he tirado más por televisión, él no. Él ha sido de prensa escrita y radio. Nunca hemos estado juntos.

No me cansaré de contar, oye, mira, es que yo tengo mi carrera, mi licenciatura y, ¿por qué no me puedo dedicar a lo mismo que mi padre o que mi madre? Qué chorrada, ¿no? Si es lo que ves en casa. Pero no. Tengo que seguir justificándome a esta edad. Es tremendo, ¿sigo enchufada? Pues sigo enchufada.



La presentadora habló en la radio del deporte

P: Hablando, precisamente, de su carrera, usted ha coincidido con muchos grandes de la comunicación. Por ejemplo con Andrés Montes... ¿Qué recuerdo le guarda?

R: Yo creo que es el que más lo hubiera petado de todos, sin duda, sin duda. No me he encontrado a nadie igual, un personaje, un tipo muy especial, distinto. Yo le conocí en el Mundial de Alemania, que ahí empieza LaSexta, justo con un Mundial, casi nada, ¿no? Nos mandan a gente, todos muy jóvenes. Nadie habíamos estado en un Mundial, y a competir con Cuatro. En Cuatro narraba Carlos Martínez y Maradona de comentaristas.

O sea, imposible competir. Y LaSexta dice, pues yo apuesto por Montes, que es un Showman, y rodeado de gente joven con muchas ganas. Y luego ya Salinas, Kiko...Todos los que estuvieron comentando. Y al final se salió, se salió porque fue algo distinto, diferente, ¿no? El fútbol con patatas, las canciones que se sacaba, los motes...

Y a mí me dio a conocer ahí, el 'Sonido Guasch', empieza en el Mundial de Alemania, que yo hacía el pie de campo. Y sonido Guasch, sonido Guasch, ¿dónde están las llaves, Salinas? Claro, la gente, camisetas, de todo. Y hubo un grupo de chavales en Zaragoza, que en su equipo de fútbol sala, se pusieron de nombre 'SusaLa Guasch'. Y yo que iba mucho a La Romareda a hacer partidos me recibieron con camisetas de Susala Guasch. Me presentaron, me dieron la camiseta, fue extraordinario... Y todo esto fue gracias a Montes. Él daba a conocer a cualquiera.

P: ¿Cómo fue poner en marcha un canal como LaSexta?

R: Hombre, fue fascinante. Para mí es lo mejor, sin duda, de mi carrera, ¿no? De todos estos años trabajando es la mejor experiencia por eso, porque empezaba de cero, competías además con Cuatro, que era otra cadena en abierto, privada, que nacía a la vez, con un mundial de fútbol que es un evento tan grande. Recuerdo estar en las semifinales, porque estuve hasta el final, y me llama Ferreras y me dice: "¿te vas a Japón al mundial de baloncesto?" Cuando todavía no había terminado ni el mundial, que estabas fundido, porque son 40 días de no parar. Digo, no me digas, pero si yo baloncesto no he tocado mucho. No te preocupes, reportajes, palco, entrevistas, color... Salté de Alemania a Japón, dos meses fuera.

Ese verano no se va a repetir en la vida, porque es imposible, ¿no? Y encima ganando España el oro. Pero fue apasionante, porque yo estuve mucho tiempo fuera y no vi cómo arrancaron los informativos ese verano. Pero todos mis compañeros tienen un recuerdo espectacular.



P: ¿Cree que a los jóvenes de ahora les falta sacrificio?

Yo creo que todo se da con esfuerzo, con sacrificio y con ganas. Y si no, pues bueno, hay mucha gente que ha tirado por otros derroteros y es muy feliz también, ¿no? Yo siempre tuve la confianza de que me saldría bien. ¿Seis años sin cobrar? Pues es lo que toca ahora.

También en mi casa me lo decían, oye, es lo que hay, arrimar y aprender, que no sabes nada, ¿no? Y cuando ya me vine a vivir a Madrid, definitivamente, no tenía ningunas ganas, ningunas. Cuando eres de Barcelona, tienes todo allí, tus amigos, tu familia...

Digo, hombre, yo he estado tres meses en Madrid en la SER de beca. Ahora, vine a vivir aquí y no entraba en mis planes. Pero bueno, no puedes elegir. Y sí es verdad que ves a mucha gente joven que ya quiere cuánto cobra a fin de mes, hasta cuándo estoy aquí, a qué hora me voy, yo jamás pregunté a qué hora salgo, ¿no? Entonces, bueno, son generaciones distintas, pero afortunadamente no todo el mundo es igual.

> *"Ahora viene la gente y lo primero que pregunta es que a qué hora se va"*
>
> Susana Guasch, periodista

P: Otra pareja que es recordada es la de Antonio Esteva y la de Marcos López. Usted formaba parte de aquellas retransmisiones que ahora son muy recordadas en redes sociales con nostalgia...

R: Es que eran magníficas, ¿qué te voy a decir yo? Que estaba peleándome a pie de campo cuando no había algunas restricciones que hay ahora. Tienes que pararte justo aquí para que venga, que se vean todos los patrocinadores que tenemos, no sé qué, no puedes moverte, no puedes hacer nada, la cámara, no puedes enchufar...

Era una época mucho más divertida que ahora, que todo está tan acotado y tan encorsetado... Solo puedes hacer cuatro preguntas... Aunque las cuatro preguntas también era antes, porque con Luis Enrique en el Barça era lo mismo. Cuatro preguntas, tres de fútbol, no contestaba, pues a la cuarta había que decirle pues alguna cosa que había hecho algún jugador durante la semana. Aunque tampoco le gustaba. Pero sí, fueron memorables.

Hablemos un poco de fútbol. ¿Cómo ha vivido usted como perica el asunto Joan García?

Hombre, es alguien de la casa que se va, es doloroso, el golpe es fuerte, porque es un canterano, un chico de la casa, que se va al eterno rival, que había dicho al vestuario y, primero, a Manolo González que no se iba a ir al Barça.

Creo que el final lo pudo hacer mejor, pero todo lo que le dio Joan García al Espanyol... Oye, chico, que tengas mucha suerte, ¿no? Entiendo el dolor, porque da rabia, claro, pero, bueno, cuando luego se sabe que es el Newcastle o el Barça, que yo, por la información que tengo, no había más ofertas ni más novias, ¿tú dónde vas? ¿Te vas al Newcastle, por mucho que juegue la Champions? ¿Me voy a Inglaterra? Teniendo el Barça, me quedo en mi ciudad, ¿puedo ganarla incluso? Yo le entiendo.

P: ¿Cómo analiza lo que está haciendo Xabi Alonso en el Real Madrid, encontrando a Mbappé, a Vinicius?

R: Hombre, tiene mucho por delante.... Llega a un equipo que no es nuevo pero que tiene que volver a recuperar el hambre de ganar. Tiene al mejor del mundo ahora mismo, que ya es mucho, que es Mbappé... El partido fundamental para Xabi Alonso va a ser el Clásico, no se puede permitir otra goleada, te han metido a 5 en el Metropolitano, ahí va a ser la clave para Xabi Alonso.

¿Se ha sido injusto con Ancelotti?

No, injusto no. Ancelotti, vamos, yo le hubiera dado un despacho al lado de Florentino, que trabaje en el Madrid haciendo lo que le dé la gana, pero él quería seguir entrenando. Brasil es un remate a su carrera fantástico. No, yo creo que no, además, ¿qué entrenador se va en lo alto? Gano la Champions y me voy, eso sería lo ideal... Pero es como nosotros, ojalá nos pudiéramos marchar de nuestros medios antes de que nos den la patada, a mí me encantaría, pero ¿cuándo te la van a dar? No lo sabes, entonces es normal. Es el entrenador más laureado del Real Madrid y se ha tenido que ir el año en el que no han ganado nada, como les pasa a todos, pero la figura de Ancelotti, vamos, es la más alabada en el Real Madrid, sin duda.

R: Para terminar... ¿Cree que esto que estábamos hablando antes te hubiera pillado con 19, 20 años, lo hubiera llevado de otra manera?

No. Yo creo que no. Porque siempre he tenido carácter. De verdad. Creo que hay que nacer así. Si no, es que estás perdido. Es que no llegas a nada. Yo creo que en la vida no te puedes dejar atropellar. Y mucha gente lo que hace es quitarse las redes directamente. Yo no me las he quitado. Yo sigo teniendo redes, sigo estando activa en todo. Algún día, igual digo, oye, hasta aquí hemos llegado, ¿no? Pero tengo mucho aguante.

De momento tiene gasolina...

Además, es que yo me sorprendo de mí misma. Cuando tuve mi primer hijo, fue un parto como de la burra. O sea, 27 horas, acabé. No os puedo contar cómo terminé. Mira, esto es otro capítulo, ya personal. Pero acabé fatal, pudo acabar mucho peor. Gracias a Dios acabó bien. Pero mi madre, nunca olvidar que me dijo, no pensé que serías tan fuerte. O sea, que no entrarías ni una depresión, ni que estarías pues eso, sin ganas ni de cuidar al bebé, porque estaba abierta de arriba abajo, sentada con un flotador. Pues el sofá, un flotador.

O sea, podría haberme ido abajo y ahora con las influencers, ¿no? Que escuchas, que hablan de todo y cuentan todo. No, tengo depresión postparto, tal. Y, ostras, yo no tuve nada de eso. Y te aseguro que era para tenerla y mucho tiempo, ¿eh? Porque estuvo mucho tiempo que no podía ni andar. Y oye, nunca, ni una lágrima, siempre hacia delante. Creo que también hay que ser un poco así. Y yo en esto, pues, espero seguir siéndolo mucho tiempo porque es que al final, si no, te comen.

> *"Si no fuese como soy, me comerían"*
>
> Susana Guasch, periodista

Esto pasa mucho, condicionar la opinión o que te dé miedo dar una opinión. Es complicado asumir que no vas a gustar.

No, porque yo asumo que hay unos de un color y otros de otro color. Prefiero sincera y abrir temas de debate que ser un florero.

EN ANTENA / **CARLOS BOYERO**

Una superestrella con cerebro y corazón

Hubo una larga época en la que veía el fútbol en la televisión acompañado de amigos. Los silencios entre nosotros eran mínimos. Las voces de los comentaristas, con gloriosas excepciones, pasaban a ínfimo plano. O servían para que compartiéramos la risa y el pasmo ante las incontables majaderías, frases hechas, tópicos, patadas al diccionario, que salían de sus nada cultivadas bocas.

Desde hace mucho tiempo, veo los partidos en soledad y prescindo frecuentemente de la banda sonora. Es lamentable escuchar gran parte de la narrativa y los comentarios que hacen en DAZN. Y también llevo décadas en Televisión Española siendo testigo de las indesmayables majaderías que suelta un tal Juan Carlos Rivero. También venden continuamente publicidad de la casa. Y cuando intentan ponerse líricos, castizos o ingeniosos, te asalta la vergüenza ajena. Deben de tener éxito entre un público ágrafo o analfabeto, aquellos que en los viejos tiempos denominaban al fútbol como el *furbo*.

Y algunas locuciones pueden ser atractivas y modélicas. Carlos Martínez es un narrador puro. Álvaro Benito sabe todo el rato de lo que está hablando. Añoro el humor, la ironía, el conocimiento y el talento de aquel tipo admirable y querible llamado Michael Robinson. Es un lujo disponer de alguien con brillante capacidad expresiva escribiendo y hablando como Jorge Valdano. Sólo le pondría una objeción y es que encarna en todo, la perfección. Qué suerte.

No voy a los campos de fútbol a embriagarme con las tácticas y los sistemas de los entrenadores. Soy mitómano. Amo el arte. No desvío en el Bernabéu jamás la mirada de magos como Butragueño, Zidane, Bellingham y un tipo con tanto genio en sus pies y en su cabeza llamado Mbappé.



Mbappé.

En ese programa brillante y necesario llamado *Universo Valdano* entrevista al niño prodigio. Si en el campo su magia provoca felicidad, en la charla con Valdano también te enamora su naturalidad, su inteligencia, su sencillez, su cordura, su decencia. Todo en él parece de verdad. Le pregunta Valdano: "¿Tener ideas provoca enemigos?". Mbappé le responde: "Si tienes enemigos es que haces las cosas bien". El astro tiene 26 años. Por su actitud y por lo que dice podría tener 100. Qué buen rollo desprende este jugador genial.

Expansión

EMPRESAS TECNOLÓGICAS

Telefónica sienta las bases de su próximo ERE con un pacto social

IGNACIO DEL CASTILLO @naciocastillo Madrid 17 OCT. 2025 - 12:17



Marc Murtra, presidente ejecutivo de Telefónica.

La operadora de telecomunicaciones acuerda con UGT y CCOO extender a todas las filiales y unidades del grupo en España que cualquier recorte de plantilla "priorice la voluntariedad".

Telefónica anunció ayer la firma con UGT y CCOO del primer acuerdo para crear un Marco Social que sea común a todas las empresas del grupo en España y no sólo a las tres (Telefónica España, Telefónica Móviles y Telefónica Soluciones) que están amparadas por el Convenio de Empresas Vinculadas.

El acuerdo para este marco se interpreta como la antesala para el próximo ERE que la compañía va a poner en marcha en España a finales de año, como adelantó EXPANSIÓN el pasado 6 de octubre.

Voluntariedad

Esta interpretación obedece a que el Marco Socialextiende a todas las empresas del grupo la protección que otorga el acuerdo firmado por UGT y CCOO con la empresa que se basa, fundamentalmente, en la cláusula denominada "Organización de personas", que señala el compromiso de que "ante cualquier medida organizativa que implique revisión de plantillas, se ha garantizado que se priorice la voluntariedad".

Confirmación

El hecho de que el Marco Social se extienda a todas las filiales del grupo en España, incluyendo, por tanto, el centro corporativo, es una muestra de que el futuro ERE que prepara Telefónica tiene la ambición de ser muy amplio y no circunscribirse al núcleo de las tres empresas (España, Móviles y Soluciones) en las que se han producido los últimos recortes de empleo. Si sólo se destinase a las tres filiales tradicionalmente afectadas por los recortes de plantilla, este Marco Socialno sería necesario, porque las tres empresas amparadas por el convenio ya tienen una protección de "garantía de empleo" durante la vigencia del mismo (finales de 2026), que en realidad lo que establece es que no se podrá tomar ninguna decisión de este tipo que no firmen los sindicatos.

El impacto de la IA

El Marco Social también incluye otra pata importante, que es la creación del Observatorio de Inteligencia Artificial y Empleo. Con esta iniciativa se pretende que la operadora analice junto a la representación legal de los trabajadores firmante (UGT y CCOO) el impacto de la automatización que se va a generar por la introducción masiva de aplicaciones de inteligencia artificial en los próximos años, que pueden impactar en la pérdida de puestos de trabajo. Este Observatorio también propondrá medidas para equilibrar competitividad y protección laboral.

ERE a finales de año

El ERE que prepara Telefónica se prevé poner en marcha a finales de este año, entre noviembre y diciembre, para que la empresa y los sindicatos tengan tiempo de negociarlo y se pueda imputar la provisión millonaria al cuarto trimestre de 2025.

Aunque no hay una cifra concreta, se prevé que inicialmente afecte a más de 6.000 trabajadores -incluso pueden llegar a 7.000 en función del número de filiales que se vean afectadas- de un universo de unos 25.000 empleados.

Economía Digital ÚLTIMAS NOTICIAS |

EMPRESAS

La exigencia de los sindicatos a Marc Murtra en el posible ERE de Telefónica: «queremos que se priorice la voluntariedad»

UGT y CCOO exigen al nuevo presidente del grupo que cualquier ajuste de plantilla se realice sin despidos forzosos y con diálogo social



La venta de Telefónica Tech podría llegar tras presentar el plan estratégico

Por **Alba Carbajal** 18 Oct 2025 14:00

La tensión vuelve a aumentar en el entorno laboral de Telefónica España. Los sindicatos mayoritarios, UGT y CCOO, han lanzado un mensaje claro al presidente del grupo, Marc Murtra, en plena antesala de un posible Expediente de Regulación de Empleo (ERE): "queremos que cualquier medida priorice la voluntariedad".

El pronunciamiento llega después de que la operadora anunciara la firma de un nuevo Marco Social, un acuerdo inédito que unificará las condiciones laborales de todas las filiales y divisiones del grupo en España. Hasta ahora, solo tres empresas —Telefónica España, Telefónica Móviles y Telefónica Soluciones— estaban protegidas por el Convenio de Empresas Vinculadas, que garantizaba estabilidad laboral durante su vigencia.

El nuevo marco amplía ese paraguas a todo el grupo, y se interpreta como la antesala del ajuste de plantilla que la compañía prepara para finales de este año.

Un ERE amplio y con alcance en todas las filiales

Fuentes sindicales consideran que este paso confirma que el futuro ERE será de gran envergadura, ya que el Marco Social incluye también al centro corporativo y a otras filiales menores hasta ahora no afectadas por los anteriores procesos de reestructuración.

Según las primeras estimaciones, el nuevo expediente podría afectar a entre 6.000 y 7.000 empleados, sobre un total de 25.000 trabajadores en España. La cifra final dependerá del número de filiales incluidas y del grado de adhesión voluntaria que se logre.

El objetivo de Telefónica sería poner en marcha el proceso entre noviembre y diciembre, para imputar los costes en el cuarto trimestre de 2025. Aunque aún no existe una cifra oficial ni un calendario cerrado, los sindicatos ya han advertido que no aceptarán despidos forzosos ni salidas traumáticas.

El compromiso de la “voluntariedad”

El núcleo del nuevo Marco Social se apoya en una cláusula denominada “Organización de personas”, que obliga a la compañía a garantizar que cualquier revisión de plantillas priorice la salida voluntaria de los trabajadores.

Esa promesa, según los sindicatos, debe trasladarse ahora a la práctica. “Telefónica tiene músculo financiero suficiente para afrontar su reestructuración sin medidas coercitivas. La voluntariedad y la negociación colectiva son líneas rojas”, insisten portavoces de UGT y CCOO.

En los anteriores EREs, aplicados en 2021 y 2022, la compañía ofreció bajas incentivadas con indemnizaciones de hasta el 68% del salario bruto anual hasta la jubilación, un modelo que tuvo una elevada acogida entre los trabajadores de mayor antigüedad.

Los sindicatos confían en que la dirección liderada por Marc Murtra, quien asumió la presidencia en sustitución de José María Álvarez-Pallete, mantenga esa línea de diálogo social.

La automatización y la inteligencia artificial, en el centro del debate

Uno de los puntos más novedosos del acuerdo es la creación del Observatorio de Inteligencia Artificial y Empleo, un órgano conjunto entre la empresa y los sindicatos destinado a evaluar el impacto de la automatización y la IA en los puestos de trabajo.

El objetivo es anticipar los cambios derivados de la digitalización, evitar despidos por causas tecnológicas y promover planes de formación y reciclaje profesional.

“Sabemos que la inteligencia artificial transformará el sector de las telecomunicaciones, pero exigimos que lo haga sin destruir empleo”, subrayan desde CCOO. El observatorio, que empezará a operar a comienzos de 2026, también elaborará informes sobre productividad, competitividad y sostenibilidad laboral.

La compañía, por su parte, considera esta iniciativa una herramienta para equilibrar innovación y protección social, en un contexto en el que la automatización de procesos y el uso de algoritmos de gestión ya están modificando las estructuras internas de Telefónica.

Un sector en transformación permanente

Telefónica no es la única empresa del sector que afronta recortes. Vodafone España y Orange también han ejecutado ajustes de plantilla en los últimos años, motivados por la presión competitiva, la reducción de ingresos por servicios tradicionales y la necesidad de invertir en redes 5G y fibra óptica.

En este escenario, los analistas interpretan que el nuevo plan de Telefónica busca mejorar la eficiencia operativa y reducir costes fijos en un momento de fuerte competencia con operadores digitales y nuevas plataformas.

Sin embargo, los sindicatos advierten que “no todo puede justificarse con el argumento de la eficiencia”, y reclaman un reparto más equitativo de los beneficios. La compañía registró beneficios superiores a los 1.000 millones de euros en el primer semestre de 2025, y mantiene un dividendo estable para los accionistas.

Murtra, ante su primera gran prueba de gestión social

Para Marc Murtra, este proceso será su primer gran reto interno desde que tomó las riendas del grupo. Su llegada a la presidencia fue interpretada como una apuesta por reforzar el perfil institucional y tecnológico de la compañía, pero la gestión del ERE pondrá a prueba su capacidad de negociación y liderazgo social.

Los sindicatos han pedido mantener una interlocución directa con la presidencia y no delegar exclusivamente las conversaciones en el área de Recursos Humanos. “Queremos una negociación de alto nivel, porque las decisiones que se tomen marcarán el futuro de miles de familias y de la propia empresa”, señalan desde UGT.

Fuentes internas apuntan a que Murtra busca mantener la calma y evitar conflictos abiertos, consciente de que la imagen pública de Telefónica se vería seriamente afectada por un ERE conflictivo.

Una negociación clave para el futuro laboral del grupo

La compañía y los representantes de los trabajadores deberán cerrar un acuerdo antes de fin de año, de modo que el ajuste se pueda ejecutar a comienzos de 2026.

Mientras tanto, el nuevo Marco Social servirá como hoja de ruta para futuras decisiones organizativas, garantizando —al menos sobre el papel— que la voluntariedad seguirá siendo la base de cualquier reducción de plantilla.

La negociación que se abre en los próximos meses será determinante para el clima laboral del grupo, en un momento en el que la digitalización, la competencia global y la presión de los inversores están reconfigurando el sector de las telecomunicaciones en España.



JARED C. TILTON/GETTY IMAGES

Apple's F1 deal was announced ahead of the U.S. Grand Prix in Austin, Texas, where McLaren's Oscar Piastri practiced Friday.

Apple Wins Rights to Stream Formula One Races in the U.S.

Tech giant will begin airing F1 races on its TV platform in 2026 under a five-year deal

By Joseph De Avila

Apple has signed a five-year deal with Formula One for the U.S. rights to air its races, broadening its menu of live sporting events it will offer on its streaming platform.

Apple TV will begin airing races in 2026. F1 TV Premium, F1's own streaming service, will be available to subscribers in the U.S. through Apple TV.

Terms of the deal weren't disclosed. The Wall Street Journal previously reported Apple bid as much as $150 million a year for the rights to air the races.

"We have a shared vision to bring this amazing sport to our fans in the U.S. and entice new fans through live broadcasts, engaging content, and a year-round approach to keep them hooked," Stefano Domenicali, chief executive of F1.

The deal was announced ahead of this weekend's U.S. Grand Prix in Austin, Texas.

Apple made a massive bet on viewers' more general interest in the sport earlier this year with its Brad Pitt summer blockbuster "F1," which the company said has grossed nearly $630 million globally.

In 2022, Apple signed a 10-year broadcast deal with Major League Soccer worth at least $2.5 billion, its biggest foray yet into sports rights. But the company has said it isn't interested in buying up slices of seasons, as is common for football and basketball rights deals. It also has a package of Major League Baseball games.

"We'd like to own a sport, end to end," Eddie Cue, Apple's senior vice president of services, said on the podcast "The Town" earlier this week, citing the ease for sports fans to not have to navigate blackouts or search for where to watch which event. "Taking little rights here and there across all these different sports just doesn't deliver that," he said.

F1's broadcasting deal with Disney's ESPN ends after the 2025 racing season. ESPN, which paid around $90 million a year, told F1 to explore other options around the time its exclusive bargaining window lapsed at the end of 2024.

Last year, ESPN averaged about 1.1 million live U.S. viewers for F1 races. Because there are Grand Prix events around the world, many Sunday races air at less convenient early-morning hours for U.S. viewers. Still, F1's profile has rocketed in recent years thanks to the hit Netflix series "Drive to Survive," where behind-the-scenes melodrama and sharply edited track sequences drew droves of new fans to the sport.

Sport

Apple accelerates into F1 with $700mn deal for US broadcast rights

SAMUEL AGINI

Apple has signed a $700mn deal to stream Formula 1 races in the US, as the iPhone maker joins Big Tech giants Amazon and Netflix in expanding further into screening live sport.

The two groups confirmed yesterday they had agreed a five-year partnership ahead of this weekend's US Grand Prix in Austin, Texas. Apple will begin broadcasting F1 in 2026, replacing Disney-owned broadcaster ESPN in the US.

The deal is worth about $140mn a year, according to a person with knowledge of the matter, a significant increase on the around $85mn paid by ESPN. The Financial Times was the first to report the talks between Apple and F1.

F1 chief executive Stefano Domenicali said Apple would ensure F1 was "ready to get into more houses and more in the culture of the American fans" as well as helping the sport reach a younger generation of fans. "It's the perfect match to be hopefully as soon as possible socially relevant in a way that everyone can wake up and think about Formula 1, as you're thinking about NFL or NBA or MLS," Domenicali added.

The partnership comes as Apple chases the success of its hit movie based on the race car series as well as joining Big Tech rivals in stepping up a push to acquire big sports rights deals.

F1: The Movie starring Brad Pitt was the company's first big box office success since moving into the business of making original content for its Apple TV+ streaming service. The film has made nearly $630mn at the box office to date.

It showcased Apple's ability to promote the sport to new audiences, with the US a key target market for F1 and its owners Liberty Media.

Eddy Cue, senior vice-president of services at Apple, said the sport had an "exponentially huge" growth opportunity. "We started this with the movie, *F1*, which was Brad Pitt's biggest movie of all time, it's the biggest sports movie of all time, it was a huge blockbuster this year," said Cue.

F1 races are averaging 1.4mn viewers on ESPN channels this year, ahead of the US record of 1.2mn set in 2022, according to the broadcaster.

Apple has previously made moves into live sports streaming, striking a deal with Major League Baseball in 2022 to broadcast games on Friday nights, as well as a broader deal with North America's Major League Soccer.



On track: Apple is expanding further into screening live sport with its five-year deal to stream Formula 1 races in the US

Lillian Suwanrumpha/AFP/Getty Images

Apple will screen F1 practice, qualifying, shorter "sprint" races and grand prix contests. Cue also pledged to "bring everything that Apple has to offer", from its retail stores to its apps, including its sports app, podcasting, music, Apple TV, books and Apple News.

The *F1: The Movie* film, alongside *Formula 1: Drive to Survive*, a behind-the-scenes series produced by streaming company Netflix, has helped the sport win new fans and major US sponsors.

Formula 1 has added Miami and Las Vegas to its race calendar in recent years, complementing its grand prix in Austin.

The F1 chief and Apple's Cue have known each other for years. They are also linked by their ties to Ferrari. Domenicali previously worked for the Italian racing outfit, while Cue is a board member at the automaker that owns the F1 team.

The Athletic

Apple TV becomes Formula One's exclusive U.S. broadcaster, starting in 2026



Apple has signed a five-year deal to become the sport's exclusive broadcast partner in the U.S.

By **Luke Smith** and **Madeline Coleman** Oct. 17, 2025Updated 6:06 pm GMT+2

AUSTIN, Texas — After months of rumors swirling about the next holder of Formula One's television rights in the United States, it was confirmed Friday morning of the 2025 U.S. Grand Prix weekend that Apple will become the sport's exclusive broadcast partner from 2026.

It's a five-year deal, and it comes after the global success of the F1 movie, which has grossed nearly $630 million worldwide. The film was co-produced by Apple Studios.

The partnership with Apple marks a departure from F1's previous approach to its U.S. TV rights. Traditional broadcast companies have long held the rights. Going back to 2001, Fox aired the series via its Speed network through 2012. Then NBC took over from 2013 to 2017, reportedly only paying $4 million a year to broadcast F1.

ESPN has held the U.S. rights since 2018. But when the sports media conglomerate's exclusive negotiating period over an extension to the current arrangement expired early in 2025, other potential broadcasters, including Netflix, began circling.

ESPN remained in the mix, according to sources speaking on condition of anonymity to The Athletic. However, its offer was in the $90 million per year range, which was no larger than what it was already paying F1, while Apple's is in the $120 million to $150 million per year range.

This new deal is a comprehensive package. Not only will Apple TV host all track sessions throughout the F1 season, but the technology company also plans to "amplify the sport across Apple News, Apple Maps, Apple Music, Apple Sports, and Apple Fitness+," according to an F1 statement.

F1 TV Premium will continue to air in the U.S.; however, it'll only be available through the Apple TV subscription (and will be free to those subscribers).

There are still many questions left unanswered, such as details around production plans and on-air coverage crews. We're only 142 days away from the start of the 2026 Australian GP weekend.

While the broadcasting details remain to be finalized, Apple's confidence in F1's commercial appeal was clearly bolstered by another recent success story. Not so long ago, questions were swirling about the prospects of the F1 movie, which starred Brad Pitt and Damson Idris. According to an F1 statement, the near $630 million intake makes the movie "the most successful sports movie in history." "Cars 2" previously held that spot, according to Front Office Sports in July, which grossed $559.9 million worldwide. At that time, 'F1: The Movie' sat at $509.7 million globally.

This success played a key role in subsequent negotiations over the 2026 U.S. TV rights, where Apple's significantly higher offer ultimately won out over the incumbent.

In a statement issued after the news of Apple's deal was revealed, ESPN said it was "incredibly proud of what we and Formula 1 accomplished together in the United States and look forward to a strong finish in this final season. We wish F1 well in the future."

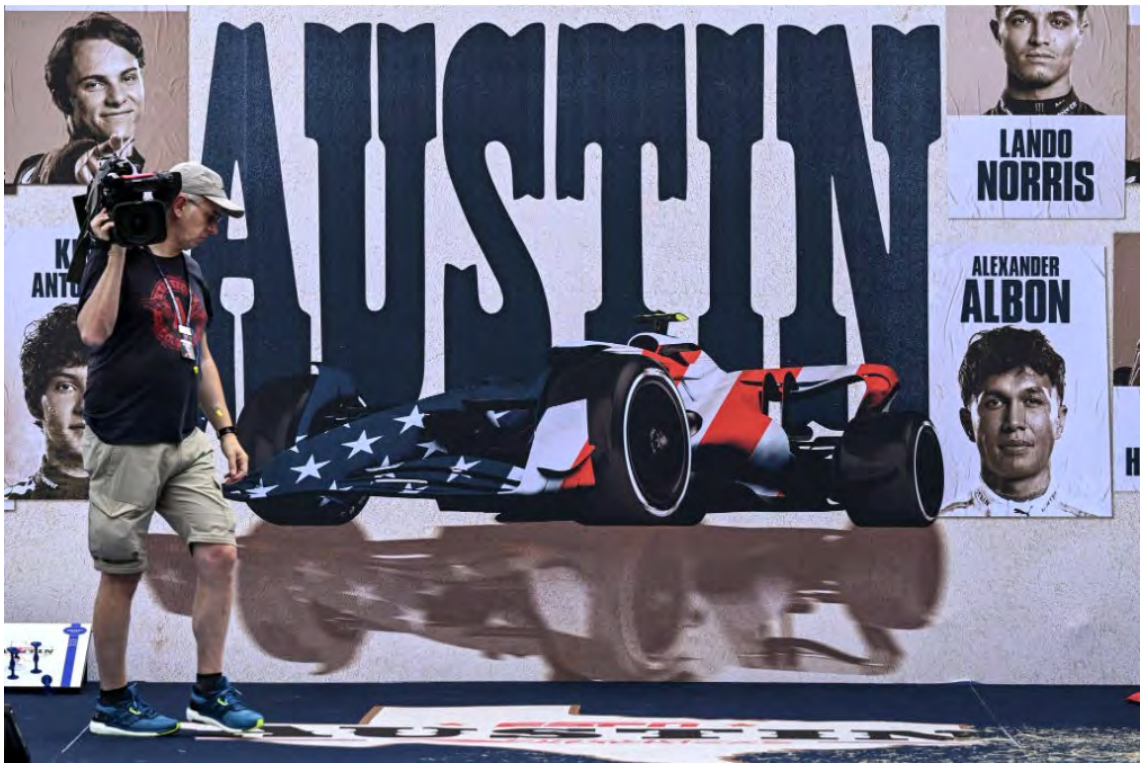
A massive change for F1 in the United States

Analysis by Luke Smith, Senior Writer, F1

F1's decision to ditch its traditional linear broadcasting partner in the U.S. and move to a streaming giant such as Apple represents a major philosophy shift.

Although the deal is only for the rights to broadcast F1 in the United States, the sport's recent surge in popularity in America has been at the heart of its growth in recent years. This makes this arguably the most significant TV deal since Liberty Media's takeover as F1's commercial rights holder in 2017.

F1 viewership has more than doubled in the U.S. in its time being broadcast on ESPN — from an average of 554,000 viewers per race in ESPN's first season in 2018 to 1.2 million in 2022. The 2025 campaign is on course to set a new record at 1.4 million.



F1 TV crews are gearing up to show the 2025 U.S. GP at Austin this weekend.Ronaldo Schemidt / AFP/Getty Images

But the sport's leadership is confident that Apple, along with its greater financial offer, will also provide more opportunities for growth to reach even more sports fans across the U.S.

Integration into Apple's wide range of products and services was a significant factor in F1's decision to make the switch. CEO Stefano Domenicali told reporters on Thursday that F1's aim with Apple was to be "part of the culture" in the U.S. He believes this move can help it gain more popularity and compete with mainstream American sports.

It will nevertheless serve as a big test for how F1 reaches its growing and shifting audience, having attracted more young and female fans over the past five years. With this deal, it is banking on extending that growth via new avenues that the sport's bosses believe only a company of Apple's reach and magnitude can offer.

By Luke Smith and Madeline Coleman

VARIETY

Oct 17, 2025 6:00am PT

Apple and Formula 1 Ink Five-Year Exclusive U.S. Streaming Deal Worth About $750 Million

By **Todd Spangler**



After months of negotiations over a rights deal, Apple and Formula 1 have finally waved the checkered flag.

Apple and Formula 1 announced a five-year agreement under which all F1 races will be available exclusively on Apple TV in the U.S. beginning in 2026. According to Apple, it will deliver the Formula 1 programming with a "more dynamic and elevated viewing experience," and both parties expressed optimism that the deal will attract new motorsports fans in America in the years ahead. The company is rebranding the video-streaming service, which launched in 2019 as Apple TV+, to remove the plus sign.

It's another big move by Apple into sports, which also has streaming deals with MLB and Major League Soccer. The F1 agreement and follows Apple's partnership with Formula 1 for original film "F1 The Movie," starring Brad Pitt, which raked in $629 million worldwide at the box office this year — the highest-grossing sports movie of all time and Pitt's highest-grossing feature to date. "F1 The Movie" will debut on Apple TV on Dec. 12, 2025.

Financial terms of the deal were not disclosed. Apple will pay an average of approximately $150 million annually to Formula 1 under the pact, valuing it at about $750 million over the term, according to a source with direct knowledge of the agreement. Formula 1 had been seeking up to $180 million per year for the U.S. broadcast rights, the Wall Street Journal reported earlier this year. Apple is paying a significant premium over the $90 million per year currently paid by ESPN, whose F1 broadcast deal expires at the end of 2025 after holding the rights in the U.S. since 2018.

Starting next year, Apple TV will deliver all Formula 1 practice, qualifying, Sprint sessions and Grands Prix races to U.S. subscribers as part of their $12.99/month subscription. The F1 broadcasts will be available in English and Spanish. In addition, a "select" number of races as well as all practice sessions will be available for free in the Apple TV app (no subscription required) throughout the Formula 1 season.

The Apple-F1 deal goes beyond streaming on Apple TV. Apple said it will "amplify" the sport across Apple News, Apple Maps, Apple Music and Apple Fitness+, and will promote Formula 1 in its physical Apple Stores. The free Apple Sports app for iPhone will feature live updates for every qualifying, Sprint and race for each Grand Prix across the season, with real-time leaderboards, season driver and constructor standings; the app also will let you follow F1 on the iPhone lock screen and Apple will introduce a designated F1 widget for the smartphone's home screen.

Apple said it will release additional info on the Formula 1 partnership in the next few months, including production details, product enhancements, and ways fans will be able to access F1 content across various products and services.

Eddy Cue, Apple's senior VP of services, said on a call with reporters that he's a "huge F1 fan" and has been ever since he was a 10-year-old growing up in Miami (when Formula 1 races weren't even on American TV). "There's no more incredible content than Formula 1," he said. "I think we're gonna be gaining new fans."

Apple's deal with Formula 1 runs from 2026-31, but, Cue said, "I hope we're doing this forever."

Formula 1 president and CEO Stefano Domenicali noted that the motorsports league has been working with Apple for the last three years on "F1 The Movie." The expanded partnership giving Apple TV U.S. broadcast rights will help the league get "more in the culture of American fans," he said.

"We have a shared vision to bring this amazing sport to our fans in the U.S. and entice new fans through live broadcasts, engaging content and a year-round approach to keep them hooked," Domenicali said. "We know the power of what Apple can do… Apple is more than a platform. It's a social movement."

Under Apple's deal with Formula 1, the F1 TV Premium streaming service (priced at $16.99/month) will continue to be available in the U.S. via an Apple TV subscription only. Formula 1 execs positioned the change as delivering enhanced value for fans, as they will get all Apple TV and F1 content for a lower monthly price.

Apple TV (née Apple TV+) to date has offered a limited amount of sports. Starting in 2022, in a deal with Major League Baseball, the service has streamed two regular-season "Friday Night Baseball" games. In 2023, it launched the "MLS Season Pass" subscription add-on for Apple TV under a 10-year deal with Major League Soccer.

Looking ahead, Apple wants to acquire more sports rights but according to Cue, there must be something "unique and special" the company is able to do in its production and presentation of live sports. "We don't have to do sports the way that they are. There's plenty of people doing that," Cue said at the Autosport Business Exchange conference this week in New York. Apple certainly has the war chest to make major moves in the sector: It reported net income of $23.4 billion for the June quarter, and as of midyear had $55.4 billion in cash and equivalents on its balance sheet.

Disney-owned ESPN declined to bid on a renewed F1 deal, which it had reupped through the end of 2025. The first Formula 1 race ever aired in the U.S. was on ABC in 1962, and ESPN aired races between 1984 and 1997. Formula 1 is owned by John Malone's Liberty Media, which closed its $4.4 billion deal for the league in January 2017.

ESPN was "very instrumental for us in our growth in the U.S.," Domenicali told reporters. "I want to really thank ESPN… They invested in us when no one was really ready to invest in us."

According to F1, the racing league is one of the fastest-growing sports in the world, with a U.S. fanbase that reached 52 million in 2024.

Pictured above: Sparks fly behind Max Verstappen of the Netherlands driving the Oracle Red Bull Racing RB21 car during qualifying ahead of the F1 Grand Prix of Singapore on Oct. 4, 2025

The Athletic



F1 CEO Stefano Domenicali hailed the sport's new deal with Apple as a chance to become "part of the culture" in the U.S.

Inside Formula One's leap to Apple TV to reach the 'minds of American fans'

Luke Smith Oct. 17, 2025Updated 5:26 pm GMT+2

Stefano Domenicali, the CEO and president of Formula One, always regarded the renewal of the sport's broadcasting rights in the United States as an important milestone.

TV deal renewals happen regularly in F1, given its array of international broadcasters. But the U.S. TV rights, held by ESPN since 2018 and on the current contract since 2022, would be the litmus test of just how much F1 had grown in America. Long regarded as an uncrackable market, the U.S. is now home to three grands prix per season — in Las Vegas, Miami and Austin.

Securing the right new TV deal would be critical to the next phase of F1's growth plan. ESPN had been a solid partner, instrumental in the American expansion over recent years. But F1 sensed there could be something even bigger.

Enter Apple.

Off the back of 2025's summer success smash in the Apple-produced F1 movie starring Brad Pitt, F1 announced on Friday it has agreed a five-year deal for Apple to become its exclusive broadcast partner in the U.S., starting in 2026.

It's a significant choice for the sport, shifting it away from linear American broadcasting and banking on a streaming platform. F1 believes it will serve as a shot in the arm for its popularity and its relevancy in the U.S.

"We know the power of Apple," Domenicali told reporters ahead of the announcement at the 2025 U.S. Grand Prix in Austin. "It was just natural for us to sign this deal together."

F1 was keen to wait for after the film's release before escalating talks about the 2026 rights deal, allowing its success to make an impact on negotiations. Although ESPN remained interested in F1, it was unwilling to go beyond its existing terms of around $90 million per year. Apple, by contrast, was willing to go much higher. Sources speaking on condition of anonymity indicated to The Athletic the offer was in the region of $120-150million per year.

That extra cash injection was always going to appeal to F1, especially given its growth and evolution in the U.S. since the last ESPN deal was struck. Fees from broadcasters are an important source of revenue for F1, around half of which then gets paid through to the teams in the form of prize money in the constructors' championship. Going with a more lucrative offer would please not only F1's shareholders but also the competitors.

Moving away from a traditional broadcast partner like ESPN carries a degree of risk for F1. ESPN's reach has helped surge TV ratings since it took over the U.S. broadcasting rights from NBC at the end of the 2017 season. This went from an average of 554,000 viewers per race in ESPN's first season in 2018 to 1.2 million in 2022, with 2025 on course to set a new record at 1.4 million.

That's solid growth, which has been reflected in the uptick in the rights fee cost through the years. This went from a free deal in 2018 — allowing F1 to launch its own streaming service, F1TV, in the U.S. — to around $90 million per season under the most recent ESPN agreement.

Since then, F1's popularity in the United States has only increased, helped by the success of "Drive to Survive," the summer movie, and new races in Miami and Las Vegas. It was clear that come discussions about the cycle of TV rights starting in 2026, there would not only be plenty of interested parties, but the fee involved would also increase again.

François Godard, a senior media analyst for Enders, a media research and analysis company, told The Athletic in February that the $90million figure was "so low, it can only go up really substantially." Godard even predicted it could double.

ESPN did have an exclusivity period to strike a renewal with F1, but that expired in early 2025. Ian Holmes, F1's director of media rights, traveled to the United States around February's Super Bowl to meet with various broadcasters for exploratory talks and to sound out their interest in taking over the rights. This group included linear broadcasters, but also streaming giants that have taken increasing interest in showing live sport over recent years, including Netflix and Amazon.

But Apple had an edge through the movie partnership, as well as a personal history and friendship between Domenicali and Eddy Cue, Apple's Senior Vice President of Services.

"Sometimes you talk about things ahead of time, you dream about things that could have been possible," Cue told reporters on Thursday in Austin. "I remember being in Stefano's office in London many years ago, before we even thought about the movie. This is something that we've always looked at as a huge opportunity. I think the match of Apple and F1 is perfect."

Becoming part of Apple's universe through "F1: The Movie" was a big boon for F1. Long before the June premiere, excitement built within the F1 organization about a future with Apple. F1, after all, recognized the enormous technological reach Apple enjoys across the world through its devices, as well as the potential integration into its famed products and branding.

The creation of a haptic trailer for the F1 movie, making use of vibration functions on iPhones, and the presence of the film in the keynote speech at Apple's Worldwide Developers Conference this year made clear just how deeply F1 resonated with the tech giant, too.

Then came the movie's successful release. For all the joint ambitions, its success surpassed all expectations.

By July, it was already Apple's highest-grossing film. According to IMDbPro's statistics website, Box Office Mojo, it has brought in $628 million worldwide, comfortably making it the highest-grossing film of Pitt's career, as well as being the highest-grossing sports movie of all time.

That's on top of the other revenue streams, such as sponsorship deals for the fictional APXGP team. Commercially, it was an unmitigated success for all parties involved.

For Apple, it could also truly get to know F1 and see its workings, immersing itself in the paddock to fully understand the sport's power.

"The movie obviously took it to a whole new level," said Cue. "We got to know the team, and we were so highly involved. We got to see things much more up close, first hand, and it only reinforced what we already believed and knew."



F1 movie stars Brad Pitt and Damson Idris filming on the grid at the 2023 British GP.Ryan Pierse / Getty Images

Domenicali referred to Apple as a "social movement" that could reach far beyond a traditional broadcaster through F1's likely integration across the tech company's products and platforms.

"It will enable us to get into the minds of the American fans," Domenicali said. "In the US, to be relevant, you need to be part of the culture. You wake up in American houses, you talk about sport, and you talk about events. That's really the aim that we want to have with Apple."

He hopes "everyone can wake up at the beginning (of the day) and think about Formula One as you're thinking about NFL or NBA or MLS. Maybe you may think that I'm crazy, but that's really what should be our target."

Relevancy is a key aspect of Domenicali's vision for F1's future, and he's eager to capitalize on the shift in the global audience. The average age of F1 fans has fallen in the past decade, while there has also been a huge influx of female followers of the sport.

According to F1's 2025 global fan survey, 47 percent of new fans in America were aged 18-24, and over half are female.

“We want to invest in that (demographic), and the only way to invest is to make sure that we are connected to the way that they talk,” Domenicali said. “The younger generation walk with their phones, walk with different tools. We believe it’s the right way to make sure we can be more relevant for the future in the U.S.”

One senior F1 team member, speaking on condition of anonymity, highlighted how public interest in Apple is such that people are regularly willing to queue up outside shops for the release of a new iPhone and are devoted to their products.

However, a move away from ESPN could have a serious knock-on effect: a drop in viewership, given the wider availability of linear TV. Cue recently told The Town podcast that Apple TV+ has “significantly more” than the 40 to 45 million subscribers suggested in recent reports. ESPN’s audience in America is vast: a 2024 Nielsen report suggested that around 60 million American homes have ESPN through its cable TV service alone (down from 100 million in 2013). In February, Disney revealed ESPN+ had around 24.9 million U.S. subscribers.

But Cue was clear that Apple would be looking to ensure there were plenty of avenues to watch F1 via its platforms. F1’s announcement statement mentioned apps such as Apple Maps, Apple Music, Apple Sports, and Apple Fitness being updated to promote F1 too.

“Just like we did with the movie, you will not be able to not know that F1 is available and ready to be watched and that you should be watching,” Cue said.

Domenicali added: “We don’t have a single doubt about it. We do believe that it’s the best amplifier of our presence in the U.S.”

The successful movie collaboration showed F1 what might be possible with a broadcast partner that could offer more than simply showing races. The shift to streaming is unconventional, especially with a full-season rights package. Yet F1 is adamant that, in order to truly take a step into the realms of the biggest sports in the U.S., expanding its Apple relationship is the right way to go.

“They’re going to be our voice,” Domenicali said, “our main partner. In a market that we believe will enable us to grow.”

By **Luke Smith** Senior Writer, F1

SportBusiness

SPONSORSHIP | INSIGHTS | NEWS | SPORTS | TECH

CWC 'unlocked' Hispanic consumer for DAZN US



Jonathan Rest

October 14, 2025

Share:



DAZN is undertaking a two-pronged strategy to media rights acquisitions in the US, aS er the Fifa Club World Cup served to build the streamerŸs brand recognition in the country.

While English-language coverage will continue to be focused on combat sports, primarily boxing, more football properties will be sought to complement a small Spanish-language portfolio that the company started to amass aS er the Club World Cup, according to Walker Jacobs, DAZN global chief revenue oώ cer and president of US business.

However, despite its near $1bn ($861.3m) deal for global Club World Cup rights (and major domestic acquisitions in Belgian, German, Italian, Spanish and Japanese football), DAZN has no intention of geI ing involved in a bidding war for the mega media contracts in the US major leagues.

Since the start of the 2025-26 season, DAZN has been streaming all 10 Serie A χxtures each matchweek in the US and across the Caribbean in Spanish language only. Five matches are exclusive, and χve are shown non-exclusively alongside Fox Deportes.

DAZN is also the exclusive Spanish-language home in the US to 38 Uefa Champions League matches in each of this season and next, following a sublicensing deal with TelevisaUnivision. The two will both show all four quarter-χnals, both semi-χnals and the χnal.

The foundations of that deal came about in DAZN'¥ sublicensing of Spanish-language Club World Cup rights in the US to Univision back in February, which was described at the time as the χrst step in a broader relationship that would include ĩpartnering on rights distribution including DAZN'¥ sublicensing of key sports content for 2025 and beyondA

The Serie Aand the Uefa clubs rights acquisitions were the most signiχcant ever made by DAZN in the US outside of boxing, and indicate the direction of travel for the broadcaster in the country in the wake of the Club World Cup.

In an interview with SportBusiness at DAZN US'Y New York headquarters, Jacobs said: ĩWe have huge ambition in the US but you have to have a lot of discipline in general, and you have to have a lot of discipline in particular in the US. It'¥ a very competitive, very crowded marketplace.

ĩYou'¥e got a signiχcant number of incumbent traditional media companies that have put a high premium on sports rights and are very intent on keeping the sports rights that they have. Then you'¥e got an entirely new set of new entrants that are primarily technology players in Netψix, Amazon, YouTube and Apple.

ĩYou'¥e got a lot of bidders and a lot of interest in sports rights in the US, and so being opportunistic and being responsible is a really careful balance. As we think about our business here in the US, those Uefa club rights were held by our partner [TelevisaUnivision] and our collaboration worked really well with them. We were opportunistic, and we were able to get some rights that we think are really interesting.A

He continued: ĩWe also knew that we were going to be able to put some add-on rights alongside it so we picked up Serie A Spanish language as well. When you also factor in that boxing is incredibly popular amongst that cohort of consumers, we have a really compelling oύ ering that we can build around and so it has led us down a path now where the Hispanic consumer is a core strategy of ours in this marketplace.

ĩIt was an opportunity that was really unlocked by the Club World Cup.A

Jacobs said the tournament had ĩdriven awareness, consumption, engagement, and ultimately, new customersAto DAZN in the US. However, he would not be drawn on exact subscriber numbers in the US for DAZN nor the hike in customers since the Club World Cup χnished in July.

At the start of this year, Saudi Arabia's state-backed SURJ Sports Investment completed its $1bn investment in a DAZN stake in a deal that established a new 'DAZN MENA' joint venture. Two and a half months earlier, DAZN was announced as the buyer of exclusive global rights to the 2025 Fifa Club World Cup, also for around $1bn.

DAZN's English-language strategy stateside remains focused on boxing, which represented DAZN's entry into the US together with Matchroom Sport back in 2018.

Jacobs continued: "Our core offering in the US is combat sports, mainly boxing. It will continue to be. We think of ourselves as the home of boxing. We work with most of the largest promoters and most of the largest fights are available on our service. We have ambition to continue that.

"Going out and bidding on some of these larger [English-language] rights packages in the US, the opportunity hasn't made sense for us to do something similar as to what we've done in Spanish language yet.

"We continue to evaluate it all the time, but instead where we've focused our energy now is on original programming. We've launched three shows so far, and you're going to see us continue to announce more originals that are really designed for American sports fans."

In recent months, a new rights deal between Paramount and TKO will bring an end to pay-per-view (PPV) Ultimate Fighting Championship fights in the US, while DAZN, itself, announced plans to drop the PPV model for fights organised under the Riyadh Season banner in a major shift in the way premium boxing content is consumed.

However, Jacobs said PPV still has an important role to play in DAZN's revenue stream in the US.

He explained: "I think there's a desire to bring the sport to the largest number of consumers you can in a way that the economics make sense. We explore all different types of commercial models and how consumers can access the content. We sample some of our content free in front of the paywall, we sample some of our content just available to subscribers on a service and we sample some of our content as a pay-per-view.

"You're going to see us continue to explore those mixes, and you're going to see us continue to test out different pricing models, different consumer models and however the marketplace evolves, we'll evolve with it. We've been a leader in terms of bringing pay-per-view fights available globally to the widest possible audience in ways that were never available historically. You're going to see us continue to be a leader."

DAZN's move into the Spanish-language US market was discussed in episode 15 of the SportBusiness Podcast, while the issue of whether the PPV era is over was debated in episode 30.

PUCK

Silver Linings Playbook

A special live conversation with NBA commissioner Adam Silver about his new $76 billion rights deal and how A.I. will transform his business.



"So if you have an arena with 18,000 people, arguably, it's 18,000 different experiences. And I think that's the ultimate goal, when you ask what's coming with streaming, is to say, I want my own experience," says NBA commissioner Adam Silver.

John Ourand October 16, 2025

This morning, we welcomed NBA commissioner **Adam Silver** to our inaugural In the Arena event, where he articulated his vision of the future of media: one where A.I. is going to change the sports viewing experience in profound ways. Sure, older viewers will still gravitate to the lean-back experience, watching games in much the same way as they have for the past 50 years. But Silver and the NBA are leaning into technology, with betting, commerce, the use of multiple screens, etcetera.

These predictions of the media future are not new—for at least a decade, industry folks have been talking about buying jerseys during games just by clicking on their TVs. But Silver says the pace of change is moving faster than ever, and that "we're going to see as much change in the next few years as you and I have seen—maybe with the exception of high-definition—in our television experience in our adult years." Herewith, my onstage conversation with the commish, lightly edited.

The $76 Billion Question

***John Ourand*: With these new media deals—Amazon coming back to NBC with Peacock, ESPN and their app—what are you most excited about?**

Adam Silver: I'm most excited about the competition. Regardless of the platform and the technology, we have an amazing amount of competitiveness in this league that we didn't have in our past. Seven different champions over the last seven years. Many more teams.

So you don't subscribe to the idea that if you have a dominant team, more people would tune in—love them or hate them?

It's fine to have dominant teams, as long as they're dominant because they competed in a fair system, as opposed to because they had deeper pockets or more resources than the other team. Just look at the NFL. I mean, obviously they have a hard cap, but you have teams that have had real dominance, whether it's skill, part luck, players not getting injured, or a player breaking through in a way that wasn't expected. I think it's wonderful. It's very different if you have dynastic teams because they're able to spend that much more than other teams. And there's no doubt that it's not a perfect correlation, but it correlates in terms of your ability to spend to cover over mistakes. So going into the season, I'm, number one, excited about the immense amount of competition we have around the league.

What I'm most excited about now is that for a younger generation of fans, in our new national deals, every single game will be available on a streaming service—Amazon, Peacock, ESPN is direct to home now, including those ABC games. So for the convenience, it's great that you're carrying a television with you. You don't have to get to a TV and you don't have to subscribe to cable.

Most importantly, I'm excited about the transformation we're seeing of digital technology and A.I. technology, which is going to allow us to tell stories—what [Fox Sports C.E.O.] **Eric Shanks** is so good at, what **Dick Ebersol** was so good at—to tell better stories around these games, because we're going to be able to offer the games in so many different ways. Different permutations, customized games, more fields of information, shopping, chatting, betting, gaming—all those things that will create more engagement among the fans. It's really early days on that. Amazon's done some really interesting things around the NFL. Peacock did some amazing things around the Olympics. And, of course, Disney and ESPN.

The NBA Tech Stack

Let's talk about technology, which is coming so fast now. But it's taken us a long time to get here.

When **Andy Jassy** was still head of AWS—he wasn't our partner at the time, but he was a fan, and we were building a relationship—he essentially said, "If I look at all my clients at AWS, when I think of the ones who use their expertise to control the top of the stack from a technology standpoint, nobody is going to understand how to produce the NBA as well as you all will, and that you can do so in a way that maybe would've been cost-prohibitive when you entered into your relationship with Turner."

Tim Cook was making the same point to us. I remember roughly 20 years ago, for every new aspect of our website, somebody would come in and say, "Well, that's another eight engineers, that's another 12 engineers. You need a widget now—that's six more engineers." I was like, *We can't scale this for one website*. We ended up partnering with Turner on that, and they invested enormous resources, because they had the scale, with their own sites. But essentially, what those two technologists were telling us five years ago is now, with maybe 100 people, you can do what used to take thousands of people, and then you can partner with large technology companies like us.

What does that mean for viewers?

I think it means, in essence, *optionality*. Let's just use betting. I think 60 percent of the United States can place a legal bet on a basketball game. So it means that, number one, if you want to bet—on your phone, you can be following particular fields of information or multiple games at once. It also means if you don't want anything to do with sports betting, if you have a youngster in your home and you don't want them to see those fields, it could be password-protected. *Click*, *click*, all those fields are gone, and you don't have to experience any sports betting ads or an announcer commenting on probabilities. If you're watching **Shai Gilgeous-Alexander**—he's known for his taste in fashion—and you see his outfit as he's walking in the arena, and say, *I like that tie*, you can get that. Or if you like his shoes, or you want to learn more about him: *He's from Canada, where in Canada is he from? How did he end up in Oklahoma City? Oh, it turns out he was traded from the Clippers.* Ways to better understand the players.

You go to a game in an arena, some people are all in: *Don't talk to me. I just want to watch the game*. In most cases, you have less information than a fan watching at home, because there you're listening, you can see replays. But now, you see people with their phones out. I see people sitting in front of me and they're often looking at replays. They're following it. They may be betting, they may not be. This is sort of fascinating. Or, they may be doing things that have nothing to do with the game. They may be texting with their friend, or they may be on some other website, or maybe they're sitting next to a colleague and they're talking about work.

So if you have an arena with 18,000 people, arguably, it's 18,000 different experiences. And I think that's the ultimate goal, when you ask what's coming with streaming, is to say, *I want my own experience*.

How is A.I. going to affect what you do at the NBA?

My hunch is A.I. is going to change the sports experience. It's going to happen fairly quickly. We're going to see as much change in the next few years as you and I have seen—with maybe the exception of high-definition—in our television experience in our adult years. It's going to be amazingly more engaging, and I think it's one of the reasons that you're seeing these valuations. The marketplace is saying there's nothing like this premium, live content that people can experience. And as a result of A.I., people may have more leisure time, too, to engage in these activities.



The Athletic

How the NBA has evolved into a 'media and technology company'



NBA commissioner Adam Silver speaks at the 2019 Consumer Electronics Show (CES). The NBA has embraced the reality that it is as much a technology company as a sports company. David Paul Morris / Bloomberg via Getty Images

By **Mike Vorkunov** Oct. 16, 2025

Editor's note: This story is part of an ongoing, multi-part series examining the big-picture trends and concerns about the current NBA.

Every year, the NBA likes to roll out a skit at its annual Technology Summit during All-Star Weekend. Last year, in San Francisco, it was a robotic shooting coach for Steph Curry; the year before in Indianapolis it was Victor Wembanyama using something called NB-AI as his own personal basketball Siri. The ideas change — though Ahmad Rashad is a constant — and while they are mostly (presumably) tongue-in-cheek, they also are a peek into how the league views itself.

For most of the first eight decades of its existence, the NBA was a basketball league and built it into a multi-billion-dollar behemoth. Over the last few years, however, the league has begun to think of itself in a different light inside of its midtown Manhattan offices.

NBA executives say this evolution in mission and perspective is not a redirection of what the league has traditionally done, but an outgrowth of it. The league now needs to not only sell its media rights, but also get involved in producing games.

It not only hires a company to use high-end cameras to track every movement a player makes on the basketball court, but also partners with Amazon to digest the information and create advanced analytics. The NBA is not just a bystander in how fans consume its sport, but also tries to nudge them along, too.

Commissioner Adam Silver regularly talks about artificial intelligence, adaptive game streams and an NBA ecosystem so futuristic it may seem ripped from the Jetsons. The Tech Summit may have been around for 25 years but increasingly the NBA seems to be putting tech at the forefront of what it does.

It is not just a mental rejiggering for the league, but one that has changed who it hires and where it puts its resources. Now, when the NBA talks about itself, according to people inside the league office and in its public statements, the league has given itself a wide scope and redefined what it considers itself to be, not just as an operator concerned with its on-court product but also as a tech and media company.

“My answer is yes, and,” Evan Wasch, the NBA’s executive VP of basketball strategy, said, “the two are not mutually exclusive. And at our core, we have been, are, and always will be, a basketball company, because basketball is the core product that we’re selling to our fans and to our media partners. And so everything that I focus on right in my world is ‘How do we make basketball the best possible product to ultimately engage those fans?’

“We essentially hand it off to the rest of the business to figure out the best ways to take the game of basketball and engage fans. And I think that’s where we become the world-leading media and technology company.”

Last month, NBA commissioner Adam Silver said the league had recently gone through a “reorganization.” It integrated its marketing units directly within other sectors, putting a heavier emphasis on data in the process. That reorg is among the personnel changes the league has undergone in recent years, including layoffs in 2023.

“As I’ve been telling my colleagues,” Silver said at the Front Office Sports conference, “I think we need to develop a bit of a new muscle.”

That need is evident in the many areas the league now operates in and could find necessary in the future. Most of the innovation is focused around its media aims, but also impacts the on-court product.

The NBA has gotten involved in its teams' local broadcasts by supporting its streaming apps, and the league may eventually launch a local market League Pass in the next few years and maybe even later produce games. It took over NBA TV earlier this month after the league split from TNT Sports in its latest media rights deal.

It is an outgrowth of its NBA App revamp in 2022, where the league hoped to make its app a hub for fans — a place for them to watch its games and original content and share highlights — and as a funnel into the future of basketball with games including emerging young high school and international players. It was while re-developing the app that the NBA realized it needed to build out its tech capabilities and find new tech companies to work with that could support them.

Earlier this decade, the league also ramped up its investment arm with NBA Investments, through which it takes stakes in companies who work on issues that align with the league's interests, and began its own tech incubator called NBA Launchpad.

"It's critical in order to be successful, especially when you're dealing with a very broad and global audience," Christopher Benyarko, the NBA's executive VP of direct-to-consumer, said, adding that the league can "not just truly rely on others to kind of drive that innovation, and that technology."

The partnerships the league has made with tech companies have also been used internally to buoy its product. The NBA signed a deal with Sony's Hawk-Eye in 2023 to provide player tracking data — incorporating 29 data points on a player's body and collected 60 times per second — and hopes to use that to also help player health and safety. It changed the name of its internal Basketball Technology and Innovation group to Basketball R&D and has a team of engineers — hired from autonomous vehicle companies and big tech, Wasch said — to work on autonomous officiating. For now, that officiating is constrained to goaltending and basket interference calls, as it has been since the partnership began, but the NBA continues to hire engineers for it (machine learning expertise, quite necessary).

It is working with AI and large language models not only to create its season schedules or new statistics that it can deploy across broadcasts and to fans, but also to test translations of its broadcasts in other languages. There could be a day, Benyarko said, when the NBA can create a broadcast in another language voiced by AI.

The league is also using AI in its development program. It gauges teenagers at its Basketball Without Borders programs and uses technology to discern which ones have the markers that could one day make them elite players and to decide who to try to funnel into its academies and other youth programs, Wasch said.

The NBA also uses science and technology to determine if its on-court product resonates with fans and whether to tweak its rules. The league has used physiological research to measure how its fans responded to on-court changes, including hiring third-party vendors that asked fans to visit a research laboratory, where it adorned them with heart rate and skin moisture monitors while they watch games to understand their physiological responses to what they see.

This research was vital for the league last season during a time when there was public discussion of whether there was too much 3-point shooting in the NBA. Their research, Wasch said, showed that fans enjoyed the 3-point shot: it was among their favorite parts of a game.

“Now you could conclude that naturally, there might be a tipping point where, if you had too many 3s, that would start to flip, because it would just become commonplace and not an exciting play anymore,” Wasch said. “But we were able to look at a lot of that data that we have to give us a little bit of reassurance that we don’t think we’re at that point.

“There was a bit of an overreaction last year to what ultimately was an increase of about two 3-pointers per team per game.To have that quantitative underpinning to the conversation was important to make sure that we didn’t overreact to an early season trend.”

The emphasis on media and technology may underpin the NBA’s larger ambitions. While it has loosely hinted at expansion recently, the NBA has set its sights abroad. It launched the Basketball Africa League five years ago and is now turning to Europe with a new independent league that could start by 2028. Silver has said, aspirationally, that could ultimately lead, one day, to European teams playing NBA franchises in its NBA Cup.

But it does suggest where the league hopes to go in the future. It has decided that being just an entertainment company isn’t enough.

The league, Benyarko said, needs to think and act like a “new age media company.”

By **Mike Vorkunov**

Staff Writer, NBA and Basketball Business writer

NBA

¿Quién emitirá los partidos de la NBA en España? Así queda el reparto de derechos televisivos de la liga

La revolución televisiva deja a Movistar + sin los derechos de la NBA, que ponen rumbo a una nueva plataforma: DAZN.



AS Baloncesto Actualizado a 20 de octubre de 2025 07:19 CEST

Movistar+ no formará parte del mapa de retransmisiones de la NBA, donde irrumpen también DAZN y Amazon Prime, este último nuevo socio hasta 2036. Un cambio que, en lo esencial, se enmarca en el nuevo paradigma de los acuerdos televisivos de la NBA en Estados Unidos, negocio histórico por el que la competición se llevará 76.000 millones en once años de Disney, NBCUniversal y Amazon Prime, que se adentra con este paso también en las retransmisiones fuera de EE UU., donde los aficionados también tendrán un panorama mucho más complejo con partidos, todas las semanas, en ABC, ESPN, NBC (desaparece TNT), Peacock y Amazon Prime.

La NBA no tendrá coste adicional en España para los suscriptores de Amazon Prime Video (4,99 euros al mes), que podrán ver un paquete que en principio incluye 87 de regular season, la fase final de la NBA Cup, todo el play in y buena parte de los playoffs, con parte de las dos primeras rondas, una final de Conferencia y las Finales 2026 de la NBA completas. En este puzle, además, ya se ha conocido también el

último factor importante: además de Amazon, que realizará su producción NBA en España con Mediapro, DAZN irrumpe también en la esfera NBA con una licencia que refuerza el nuevo plan de baloncesto de esta plataforma.

Este acuerdo multianual, que cierra definitivamente la relación de la NBA con Movistar+ después de treinta años, permitirá a DAZN ofrecer los eventos del All Star y 180 partidos de fase regular, con cobertura también de los playoffs incluidas las finales de Conferencia y la gran Final en 2027 (la próxima de 2026 corresponde a Amazon). Los contenidos se podrán disfrutar a través de los planes Baloncesto, Premium y Made in USA. Los dos primeros incluyen también las competiciones nacionales: Liga Endesa, Copa y Supercopa. El de Baloncesto se puede adquirir por 9,99 euros al mes, y el Premium por 31,99 al mes. El nuevo plan Made in USA tendrá un coste de 4,99 euros mensuales y dará acceso, además de a la NBA, a las retransmisiones de NFL y NASCAR. Además, DAZN ha anunciado que los aficionados de entre 18 y 30 años podrán subscribirse con la tarifa joven que les permitirá tener un 30% de descuento en todos los planes.

TELEVISIÓN

Cuántos partidos NBA de tu equipo puedes ver dependiendo si estás suscrito a 'DAZN' o 'Prime Video': Lakers, Bulls...

Esta temporada las retransmisiones de la NBA en España cambian de manos, con Amazon entrando con su factoría 'Prime Video' y la inclusión también de 'DAZN'.



Patrick Williams -

AS Baloncesto Actualizado a 17 de octubre de 2025 15:15 CEST

La temporada 2025/26 será diferente en España en cuanto a NBA se refiere. El espectro televisivo cambia para seguir la competición de clubes más excitante del planeta. Movistar+ ha abandonado la tenencia de derechos audiovisuales en exclusiva. A la ecuación en la que siempre está el League Pass, servicio en línea para ver todos los partidos de la temporada, se añaden dos nuevos actores. Por un lado, Amazon a través de su plataforma Prime, un acuerdo global por miles de millones de dólares que permitirá a los suscritos a la empresa de paquetería ver la Liga. Por el otro, DAZN también ha apostado -al igual que ha hecho en verano con ACB y/o NFL- por adentrarse en este negocio.

¿Movistar?

El papel de *Movistar+* todavía se está gestionando antes de que empiece el curso. Guille Giménez, narrador estrella de la plataforma en lo relativo a la NBA, admitió que continúan las conversaciones por **un paquete que supondía dos retransmisiones por semana** (supuestamente con él de pareja junto a Ántoni Daimiel). La negociación podría alargarse hasta entrada la temporada.

Según qué suscripción se tenga, podrás disfrutar de unos u otros partidos. Por ello es importante la información sobre paquetes personalizados, dependiendo del equipo que se siga con asiduidad, o el número de encuentros que se pretenda ver.

Movistar permitía el alojamiento dentro de un sólo lugar. Es algo que ha quedado en el pasado.



En las dos plataformas que se han hecho con los derechos para España, remarquemos que se trata de especificaciones para este país, los ratios de retransmisiones para unos y otros equipos son bien diferentes. Aquí está el reparto por clubes a día de hoy.

Según se ha publicado, DAZN tendrá a Thunder (24), Knicks (23), Cavaliers (22), Lakers (21) y Mavericks (21) como sus predilectos esta primera temporada de retransmisiones. Situación parecida en Prime, con Knicks (13), Thunder (12), Lakers (11) y Warriors (11) liderando una tabla con menos partidos. Las franquicias con menos exposición en España serán los Jazz y los Bulls, con tres días de ventana, y los Hornets y los Raptors, con cuatro oportunidades.

El caos del streaming está provocando un fenómeno que creíamos en recesión: las descargas aumentan

Subida de precios, fragmentación de la oferta, publicidad, calidad técnica deficiente... vuelven los viejos métodos de acceder al contenido



John Tones 18 OCTUBRE 2025

La fragmentación del mercado, el incremento de los precios de las suscripciones y una experiencia de usuario cada vez menos amigable son los principales factores que apuntan a un repunte de las descargas no autorizadas. Desde que Netflix empezó a aumentar tarifas y a prohibir las cuentas compartidas, los clientes pusieron sobre la mesa la amenaza de un regreso de las descargas. Ahora, por primera vez en años, las cifras parecen respaldarles.

Bajada temporal. La irrupción de servicios de *streaming* como Netflix devoró las descargas no autorizadas. Con la promesa de un catálogo amplio y accesible por una tarifa fija, la plataformas redujeron significativamente el consumo de películas y series al margen de los canales convencionales. Sin embargo, la utopía de ese mercado íntegramente legal y supeditado a las compañías se ha desvanecido. Informes recientes muestran un repunte en el acceso a este tipo de contenidos, revirtiendo la tendencia de la década anterior.

Los datos. Según el Observatorio de la Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales de 2024, la piratería digital en España aumentó un 9% el año pasado, alcanzando una cifra récord de 42.782 millones de euros en valor de contenidos defraudados mediante 7.330 millones de accesos ilegales. Además, el estudio señala que por primera vez se han contabilizado accesos a las plataformas a través de apps, redes sociales y decodificadores, creciendo todavía más la cifra agregada (un 14% adicional respecto al año anterior).

¿Por qué? Como apuntábamos, este repunte se debe a una serie de circunstancias que han cambiado el panorama del *streaming*:

- Ralentización del número de suscripciones a plataformas, tras años de crecimiento y consolidación.
- Incremento de precios en la mayoría de servicios y restricción de cuentas compartidas, lo que genera malestar en los clientes.
- Publicidad obligatoria en los tiers más económicos de los servicios
- Desde la industria se confirma que este tipo de descargas se dispara cuando las barreras de acceso superan la tolerancia del usuario y la experiencia se precariza más allá del precio.

El streaming ya no es conveniente. Aunque quizás el motivo principal del desencanto del público con el *streaming* es que la oferta es cada vez más dispersa: para acceder a todo el contenido relevante, el usuario debe suscribirse a múltiples servicios. La estrategia de exclusividad que utilizan los estudios para atraer y retener suscriptores ha roto esa conveniencia ideal de acceso al contenido de forma legal gracias al *streaming*. Para ver una serie con varias temporadas, el usuario puede necesitar suscribirse a diferentes plataformas o esperar meses a que cambie de servicio. Esta dinámica choca frontalmente con la inmediatez que los consumidores le suponen al contenido digital.

Todo ello se empeora con la guerra de las licencias: cada estudio quiere sus propios títulos en su plataforma de forma exclusiva, y aboca a la necesidad de suscribirse a plataformas muy concretas para acceder a franquicias tan seguidas como Marvel, Star Wars o Stranger Things, por ejemplo.

Servicio técnicamente más deficiente. Además del precio y la fragmentación, el servicio que ofrecen algunas plataformas también ha empeorado, lo que erosiona aún más la lealtad de los usuarios. Muchos servicios han reducido el bitrate en sus transmisiones para ahorrar costes, llevando a una peor calidad de imagen. Esta pérdida de calidad es a menudo un detonante para que los usuarios busquen una versión ilegal que ofrezca una mejor experiencia visual, lo que no tiene ningún sentido teórico: una copia obtenida por medios no autorizados de una película a menudo se ve y escucha mucho mejor que la disponible en *streaming*.

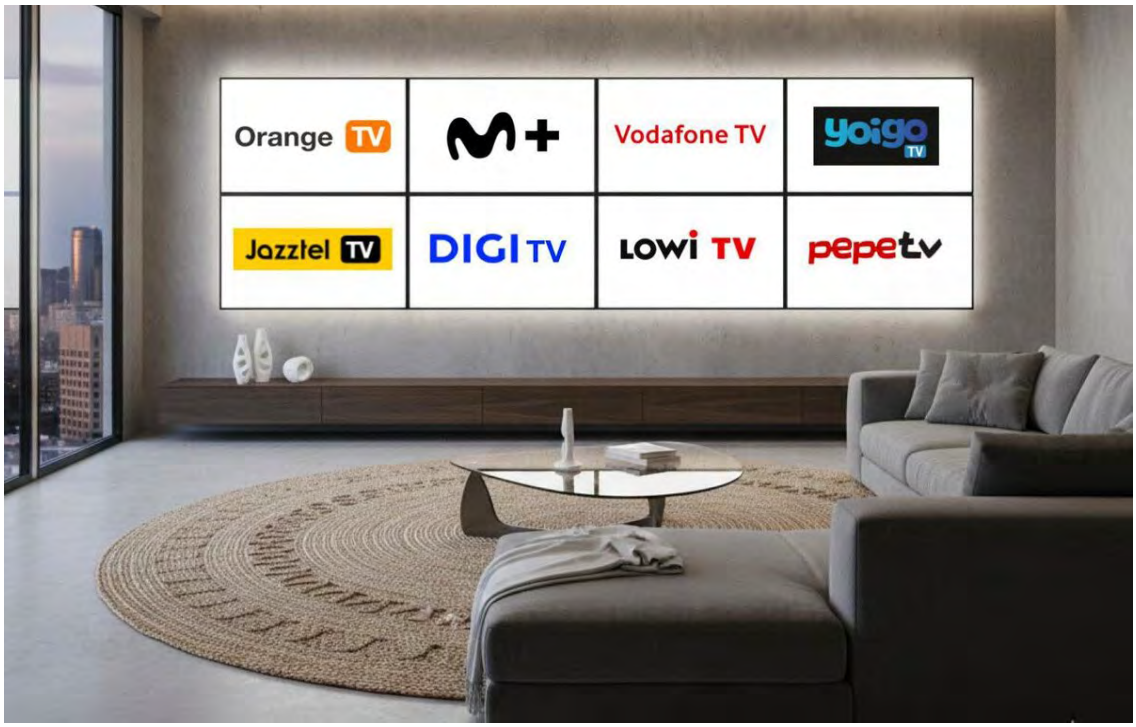
Las descargas no autorizadas han evolucionado. Pero es que además, a las descargas tradicionales por *torrent* se suma ahora el consumo en sitios web de *streaming* construidos al margen de las plataformas no oficiales, servicios de IPTV no autorizados y la distribución de contenido a través de redes sociales como Telegram y WhatsApp. El 96% del consumo de películas y series en 2023 se realizaron a través de *streaming* no autorizado: ya no hay que descargar nada, con lo que los riesgos disminuyen. Es un panorama muy tentador.

Ya lo decía Gabe. Concretamente en 2011, Gabe Newell decía que "la piratería no es un problema de precios, es un problema de servicio". Ante un mercado legal que resulta costoso, fragmentado e inconveniente, los usuarios ven en las descargas no autorizadas una especie de "servicio" alternativo que ofrece todo el contenido con mejor calidad y de forma gratuita. Se puede decir que es un problema que la propia industria ha creado en parte.



Digi TV, Lowi TV, Orange TV y Movistar Plus+ compiten por ofrecer más canales: un señuelo que disfraza estrategias opuestas

Todos los canales verdaderamente premium que podrás ver si pagas por la televisión, y los que no



Plokiko 19.10.2025

Las plataformas de televisión de pago no paran de multiplicarse, siendo el número de canales incluidos uno de los principales aspectos que más les gusta destacar a las compañías. Digi TV, Lowi TV, Orange TV y Movistar Plus+ han entrado en una carrera por ampliar su oferta televisiva, inundando sus catálogos con decenas de canales lineales, que prometen variedad y entretenimiento inmediato.

Sin embargo, detrás de esta aparente expansión de contenidos se esconden estrategias profundamente distintas, y es cuando vuelves a darte cuenta que, en este ámbito, los números por sí solos tampoco cuentan demasiado. Así que vamos a analizar a cada plataforma por partes, para que puedas conocer sus ventajas y diferencias sin distracciones que no desvelan nada.

Movistar Plus+ (80 canales) vale más por sus exclusivas



Movistar Plus+ es la plataforma que, oficialmente, incluye un menor número de canales. Si descontamos los de la TDT y los canales de noticias/internacionales, se quedan en unos 55 canales premium. El listado general, incluidos los canales que no puedes ver pero que sí suelen estar disponibles en otras plataformas de la competencia, es el siguiente:

CINE Y SERIES	DOCUMENTALES	DEPORTES	ESTILO DE VIDA	INFANTILES	NOTICIAS - INTERNACIONAL
Star Channel	National Geographic	Eurosport 1	decasa	Disney jr	BBC World
AXN	Nat Geo Wild	Eurosport 2	canal cocina	Nickelodeon	CNN
AXN movies	Discovery Channel	LaLiga Hypermotion	~~amc break~~	Nick jr	CNBC
WarnerBros TV	~~Canal Historia~~	LaLiga EA Sports (*)	~~amc crime~~	Dreamworks	Sky News
~~Canal Hollywood~~	Odisea	Champions (*)	Selekt	Baby TV	EuroNews
amc	Buen Viaje	Garage TV	MTV	Lolly Kids	Bloomberg
~~VinTV~~	~~EscapaTV~~	~~Extreme Sports~~	~~MyZen TV~~	~~Pocoyo TV~~	Negocios
TCM	Iberalia (*)	~~Moto ADV~~	~~Out TV~~	~~TG en español~~	ProTV
Cosmo	Cazavision	Surf Channel	Vivir con perros y	AnimeVisión	France 24
Comedy Central	Caza y Pesca	Nautical Channel	gatos		TV5 monde
Calle 13	~~Nature Time~~	~~Horse TV~~	~~Love Wine~~		~~TV Polonia~~
Syfy	Love the planet	uBeat	**BBC Food**		1+1
Sundance TV	Documentales por	Trace Sports	**BBC Lifestyle**		DW
~~XTRM~~	M+	**Vamos por M+**	MTV 00s		Aljazeera
~~Dark~~	**BBC History**	**Ellas Vamos por M+**	Mezzo		CGTN
~~Somos~~	**BBC Earth**	**Deportes por M+ (*)**	~~Mezzo Live~~		EWTN
BBC Series		**Golf por M+ (*)**	Stringray (*)		~~NHK~~
~~BOM~~		BBC Top Gear	~~Qwest~~		~~Caracol~~
~~Cines Verdi~~					Telesur
~~RunTime~~					Cubavisión
Hits por M+					TV Colombia
Estrenos por M+					TV Chile
Originales por M+					~~El1rece internacional~~
					VePlus
					CVI

De Movistar Plus+ destacan las ausencias de los 14 canales de AMC Networks, pero es la única plataforma que cuenta con contenidos exclusivos en cine y series internacionales, algunos deportes y contenidos originales.

Vodafone TV (100 canales): los documentales no entran en su paquete básico

Vodafone TV (y Lowi TV) incluyen una parrilla de canales prácticamente idéntica, excepto por pequeñas diferencias que ya analizamos de cerca. Pero en líneas generales, Vodafone TV cuenta con unos 65 canales premium, de los que aproximadamente 25 son canales FAST, disponibles para ver también en plataformas gratuitas a cambio de publicidad.

Además, Vodafone TV es la plataforma más restrictiva, ya que algunos canales solo están disponibles si contratas un plataforma de streaming concreta. Y si quieres ver los canales de documentales más tradicionales, tendrás que pagar un extra. Por suerte, estas limitaciones no las encontramos en Lowi TV. El listado canales premium incluidos es el siguiente:

CINE Y SERIES	DOCUMENTALES	DEPORTES	INFANTIL - JUVENIL	ESTILO DE VIDA	NOTICIAS - INTERNACIONAL
Star Channel (1)	National Geographic	Eurosport 1	Disney jr (1)	decasa	BBC World
AXN (1)	Nat Geo Wild (1)	Eurosport 2 (1)	Baby TV (1)	canal cocina	CNN
AXN movies (1)	Discovery Channel (1)	LaLiga	~~Nickelodeon~~	Sol Música	CNBC
WarnerBros TV (1)	Canal Historia (1)	Hypermotion (1)	~~Nick jr~~	Quello Concerts	EuroNews
Canal Hollywood	Odisea	Extreme Sports (1)	~~Dreamworks~~	El País	Bloomberg
amc	Buen Viaje	Surf Channel (1)	Pocoyó	Vaughan TV	~~Negocios~~
Selekt	EscapaTV (1)	uBeat	La Abeja Maya	~~Out TV~~	ProTV
VinTV	Iberalia (2)	BBC Top Gear	Rabbids Invasion	~~MTV~~	France 24
TCM	Cazavision (2)	LaLiga Inside	Anime Visión	~~MTV 00s~~	TV5 monde
Cosmo	~~Caza y Pesca~~	MyPadelTV	Anime Visión	~~Nickmusic~~	TV Polonia
~~Comedy Central~~	Nature Time	Motorvision	Classics	~~Hit TV~~	1+1
~~Calle 13~~	Nature Scape	RugbySpain	~~Lolly Kids~~	~~Trace Urban~~	DW
~~Syfy~~	Love the planet	~~LaLiga EA Sports~~	~~TG en español~~	~~Trace Latina~~	Aljazeera
Sundance TV	Love the Wine	~~Champions~~		~~Mezzo~~	CGTN
XTRM	Vivir con gatos	~~Garage TV~~		~~Mezzo Live~~	TV Chile
Dark (2)	Vivir con perros	~~Nautical Channel~~		~~Stringray~~	ElTrece
Somos (2)	Oficios Perdidos	~~Horse TV~~		~~Qwest~~	internacional
BBC Series	amc break (1)	~~Moto ADV~~		~~Flamenco~~	VePlus
BOM	amc crime (1)	~~Trace Sports~~		~~Auditorio~~	CVI
Cines Verdi	MyZen TV (1)				
Cines feel good	SlowChannel 4K (1)				
AMC+ Connect					
AMC Anime					
Film&Co					
Planeta de Cine					
~~RunTime~~					

Orange TV (90 canales), el más completo

Orange TV comparte prácticamente la totalidad de la parrilla con Jazztel TV, Yoigo TV, MásMóvil TV y Pepe TV. Es la plataforma líder con unos 85 canales premium, de los cuales, son 30 canales FAST:

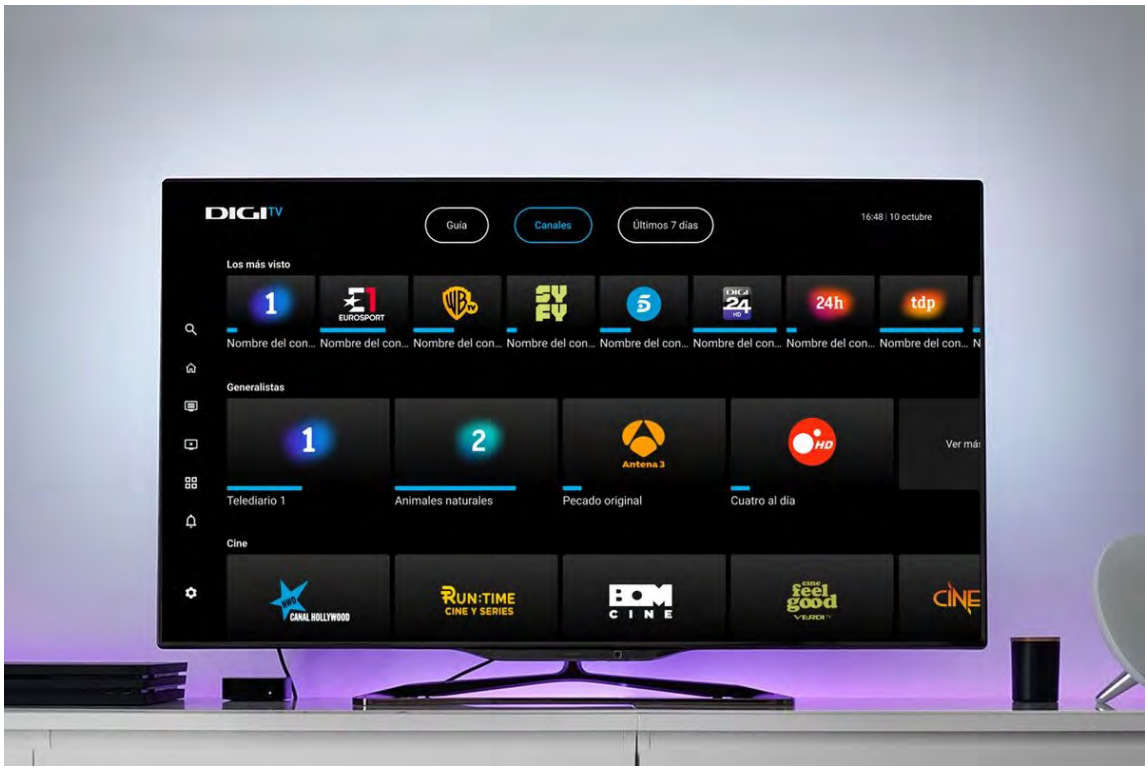
CINE Y SERIES	DOCUMENTALES	DEPORTES	INFANTIL - JUVENIL	ESTILO DE VIDA	NOTICIAS - INTERNACIONAL
Star Channel	National Geographic (1)	Eurosport 1	Disney jr (1)	decasa	BBC World
AXN	Nat Geo Wild (1)	Eurosport 2	Nickelodeon (1)	canal cocina	CNN
AXN movies	Discovery Channel (1)	LaLiga Hypermotion (2)	Nick jr (1)	amc break	~~CNBC~~
WarnerBros TV	Canal Historia	LaLiga EA Sports (2)	Dreamworks	amc crime	Sky News
Canal Hollywood	Odisea	Champions (2)	Baby TV	Selekt	EuroNews
amc	Buen Viaje	~~Garage TV~~	~~Lolly Kids~~	MTV	Bloomberg
VinTV	EscapaTV	Extreme Sports	Pocoyo TV	MTV 00s	Negocios
TCM	Iberalia	Moto ADV	TG en español	MTV Live	ProTV
Cosmo	Cazavision (6,95€)	Surf Channel	AnimeVisión	MyZen TV	~~France 24~~
Comedy Central	~~Caza y Pesca~~	Nautical Channel		Out TV	TV5 monde
Calle 13	Nature Time	Horse TV		Vivir con perros y gatos	~~TV Polonia~~
Syfy	Love the planet	uBeat		Love Wine	1+1
Sundance TV	Historia y vida	Trace Sports		Sangre Fría	DW
XTRM		Motor Vision		~~Nickmusic~~	Aljazeera
Dark		Game toon		Hit TV	~~CGTN~~
Somos		My Padel TV		Sol Música	EWTN
~~BBC Series~~		Tennis Channel		Trace Urban	~~NHK~~
BOM		Top Barça		Trace Latina	Caracol
Cines Verdi				Mezzo (1)	~~Telesur~~
RunTime				~~Mezzo Live~~	Cubavisión
				~~Stringray~~	~~TV Colombia~~
				Qwest	~~TV Chile~~
				Flamenco Auditorio	~~ElTrece internacional~~
				Quello Concerts	VePlus
					CVI



Digi TV (100 canales), el más equilibrado

Digi TV, una de las opciones más baratas del mercado, cuenta con unos 55 canales premium, de los cuales, son 15 canales FAST:

CINE Y SERIES	DOCUMENTALES	DEPORTES	INFANTIL - JUVENIL	ESTILO DE VIDA	NOTICIAS - INTERNACIONAL
Star Channel	National Geographic	Eurosport 1	Disney jr	decasa	BBC World
AXN	Nat Geo Wild	Eurosport 2	Nickelodeon	canal cocina	CNN
AXN movies	Discovery Channel	LaLiga Hypermotion (1)	Nick jr	amc break	CNBC
WarnerBros TV	Canal Historia	LaLiga EA Sports	Dreamworks	amc crime	EuroNews
Canal Hollywood	Odisea	~~Champions~~	Baby TV	Selekt	Bloomberg
amc	Buen Viaje	~~Garage TV~~	~~Lolly Kids~~	MTV	~~Negocios~~
VinTV	~~EscapaTV~~	~~Extreme Sports~~	~~Pocoyo TV~~	~~MyZen TV~~	ProTV
TCM	Iberalia (1)	Moto ADV	~~TG en español~~	~~Out TV~~	France 24
Cosmo	Cazavision	Surf Channel	AnimeVisión	Vivir con perros y gatos	TV5 monde
Comedy Central	~~Caza y Pesca~~	Nautical Channel		~~Love Wine~~	TV Polonia
Calle 13	Nature Time	Horse TV		Global tendencias	1+1
Syfy	~~Love the planet~~	uBeat			DW
Sundance TV	D-viaje	~~Trace Sports~~			Aljazeera
XTRM		D-bike			CGTN
Dark		D-hípica			TV Chile
Somos		Fight time			ElTrece internacional
~~BBC Series~~		Nautica TV			VePlus
BOM		REKTV			CVI
Cines Verdi		Antena motor			
~~RunTime~~		Torolé			
D-pelis					



xataka móvil



Blanca Soroa, Miguel Garcés y Patricia López Arnaiz, en un fotograma de 'Los domingos', de Alauda Ruiz de Azúa · Fotografía: Movistar Plus+

TEMPORADA DE PREMIOS

Las incógnitas de la temporada española de premios: ¿dónde han inscrito las películas a sus actores para los Premios Goya 2026?

Desvelamos las claves de la estrategia en la carrera a los Goya de películas como 'Sirat', 'Los domingos', 'El cautivo' y 'Una quinta portuguesa', entre otras

DANIEL MANTILLA 20.11.2025

Ya no hay marcha atrás. Las aspirantes a la 40 edición de los Premios Goya ya han presentado sus candidaturas de este año y Kinótico ha tenido acceso a la estrategia de algunas de las películas que parecen destinadas a protagonizar la carrera por el 'cabezón'. El año pasado la Academia de Cine anunció el 25 de noviembre que 209 producciones se habían inscrito en unos premios que, por primera vez en sus cuatro décadas de historia, repartieron el Goya a la Mejor Película entre dos candidatas: 'La infiltrada', de Arantxa Echevarria, y 'El 47', de Marcel Barrena.

Aún quedan varias semanas para conocer las inscripciones definitivas de este año, pero la primera conclusión salta a la vista: varias películas han aprovechado la escasez de nombres en la categoría de Mejor Actor protagonista para elevar a personajes que, en otras ediciones, hubieran competido entre los secundarios. La segunda es que la mayor rival de Nagore Aranburu este año parecer ser Nagore Aranburu, después de ser inscrita hasta por tres películas diferentes en la categoría de Mejor Actriz de reparto.

'Los domingos', la flamante ganadora de la Concha de Oro del Festival de San Sebastián, sorprende con algunas de sus decisiones de cara la temporada de premios. Miguel Garcés ha sido presentado en la categoría protagonista, al igual que Patricia López Arnaiz. Las únicas opciones de la película de Alauda Ruiz de Azúa entre los secundarios serán Nagore Aranburu y el argentino Juan Minujín. Por el camino se queda Mabel Rivera, ganadora del Goya en 2005 en la categoría de reparto por 'Mar adentro'. La primeriza Blanca Soroa competirá en Mejor Actriz revelación. Los también debutantes Mitch y Llúcia Gracia representarán a 'Romería' en las categorías revelación, una fuente de éxitos para el cine de Carla Simón que ya le reportó un Goya a Bruna Cusí por 'Verano 1993' y tres nominaciones para los actores no profesionales de 'Alcarràs'. Tristán Ulloa, Myriam Gallego, Alberto Gracia y Marina Troncoso (debutante a sus 71 años como la abuela materna de la protagonista) son algunos de los nombres inscritos en las categorías de reparto.

Una de las grandes dudas de esta carrera es qué pasaría con los actores que interpretan a los 'raveros' en 'Sirat', la representante de España en los Oscar. Jade Oukid y Stefania Gadda han sido presentadas en la categoría de Mejor Actriz revelación, mientras que Ricahrd Bellamyun y Tonin Javier han sido inscritos como secundarios. Como era de esperar, Sergi López intentará sumar una nueva candidatura como Mejor Actor protagonista, mientras que el niño Bruno Núñez se queda fuera de la carrera al no haber cumplido todavía los 16 años.

Las bases de la Academia de Cine para la 40 edición de los Goya determinan que en las categorías revelación solo se tienen en cuenta las películas estrenadas en salas, así que Julio Peña Fernández es elegible como Mejor Actor revelación por su interpretación como Miguel de Cervantes en 'El cautivo' después de que la trilogía iniciada por 'De tu ventana a la mía' no pasara por cines antes de su desembarco en Netflix. A pesar de su vasto grupo de secundarios, la película de Alejandro Amenábar ha concentrado sus esfuerzos en Miguel Rellán y Fernando Tejero, dos veteranos que ya saben lo que es llevarse el Goya gracias a 'Tata mía' y 'Días de fútbol', respectivamente.



El director Alejandro Amenábar y el actor Julio Peña durante el rodaje de la película 'El cautivo' · Fotografía: Buena Vista International

La primera candidata en hacer pública su estrategia para los Goya de 2026, una edición que regresa a Barcelona por primera vez desde el año 2000, fue ‘Sorda’. La película de Eva Libertad, aspirante y teórica favorita en la categoría de Mejor Dirección novel tras el cambio de las bases, solo ha inscrito a tres de sus actores en los Goya: Miriam Garlo como Mejor Actriz protagonista, Elena Irureta como Actriz de reparto y Álvaro Cervantes como Actor de reparto. Kinótico anunció en exclusiva la decisión del catalán de competir como secundario a pesar de llevarse la Biznaga de Plata como protagonista en el Festival de Málaga, un reconocimiento compartido con Mario Casas.

A pesar de su simbólica filmografía en la gran pantalla, José Ramón Soroiz, ganador de la Concha de Plata del Festival de San Sebastián, competirá por el 'cabezón' como Mejor Actor protagonista por su trabajo en ‘Maspalomas’. El drama dirigido por Jose Mari Goenaga y Aitor Arregi ha presentado a Nagore Aramburu como Actriz de reparto y a Kandido Uranda y Kepa Errasti representarán en la categoría de Mejor Interpretación masculina de reparto. Aranburu también ha sido propuesta como Mejor Actriz de reparto por 'Los domingos' y ‘Karmele’. El drama de época dirigido por Asier Altuna ha presentado en las categorías protagonistas a Jone Laspiur y Eneko Sagardoy, ganadores del Goya revelación por ‘Ane’ y ‘Handia’, y a Javier Barandiaran como Actor revelación por su trabajo como padre de Karmele.

Susana Abaitua ha sido presentada por partida doble en la categoría protagonista por ‘Todo lo que no sé’ y ‘Un fantasma en la batalla’. El regreso al cine de Agustín Díaz Yanes ha inscrito a cuatro intérpretes en las categorías de

reparto: Iraia Elias y Ariadna Gil, por un lado, y Raúl Arévalo y Andrés Gertrudix, por el otro. La producción de Netflix ha dejado pasar la oportunidad de incluir entre los potenciales nominados al director y ocasional actor Jaime Chávarri, una de las grandes sorpresas del thriller gracias a su aparición como un veterano integrante de ETA. Hace un año, otro histórico como Fernando Trueba también decidía no inscribirse a los premios por su aparición en 'Volveréis', de Fernando Trueba. 'Los Tigres', otra de las películas presentadas en la última edición del Festival del San Sebastián, no se ha salido del guion preestablecido. Antonio de la Torre y Bárbara Lennie se verán las caras en las categorías protagonistas, mientras que Skone ha sido propuesto en Mejor Actor revelación y Joaquín Nuñez, ganador de esa misma categoría con 'Grupo 7', es candidato esta vez como Mejor Actor de reparto.



Susana Abaitua e Iraia Elías presentando 'Un fantasma en la batalla' en el set de Kinótico en San Sebastián 2025 · Fotografía: KINÓTICO

'Muy lejos', la ópera prima de Gerard Oms, ha reservado las categorías de reparto a David Verdaguer y Jetty Mathurin. Ilyass El Ouahdani se queda fuera de la conversación después de ser inscrito como actor revelación por su trabajo en 'Suro' en 2022. Quien sí optará a la candidatura es el holandés Reinout de Vey Mestdag, el actor que interpreta al compañero de piso del protagonista. 'Una quinta portuguesa' ha dejado a Manolo Solo como única opción en las categorías protagonistas de la segunda película de Avelina Prat. La gran duda era la estrategia a seguir con María de Medeiros, una veterana vinculada al cine español desde 'Huevos de oro', el clásico de Bigas Luna. Finalmente, la portuguesa competirá entre las secundarias junto a sus compañeras Branka Katić y Rita Cabaço. Xavi Mira completa las opciones del filme dentro de la categoría de Mejor Interpretación masculina de reparto.

Otra de las sensaciones de Málaga, ‘La furia’, ha presentado a Ángela Cervantes como Actriz protagonista y Àlex Monner como Actor de reparto con la esperanza de repetir los premios conseguidos en Málaga. Gemma Blasco optará en la categoría de Mejor Dirección novel, aprovechando que su primer proyecto de largometraje, 'El zoo', nunca recibió la calificación del ICAA ni tuvo un estreno comercial en salas. Tampoco se sale del carril ‘Jone, a veces’, que aspira a las mismas categorías con Sara Fantova, Olaia Aguayo y Josean Bengoetxea, respectivamente. Por su parte, la campaña de ‘La buena letra’ ha repartido sus opciones: Loreto Mauleón será promocionada como Mejor Actriz protagonista, mientras que Roger Casamajor ha sido presentado como Actor protagonista, con Enrique Auquer y Ana Rujas compitiendo entre los secundarios.

Tras el éxito de ‘La virgen roja’ en los Goya del año pasado, Prime Video decidió que ‘Enemigos’ pasara por salas antes de su estreno en streaming. Christian Checa, finalista por su debut en ‘En los márgenes’, dará el salto a la categoría de Mejor Actor protagonista, mientras que Hugo Welzel será considerado en la categoría de Mejor Actor revelación. José Manuel Poga y Estefanía de los Santos, sus padres en la ficción, competirán como secundarios. Luna Pamies, nominada por su debut en 'El agua', no ha sido inscrita.



Llúcia Garcia y Mitch aspiran al Goya revelación por su trabajo en 'Romería'

Los actores no profesionales siempre presentan dudas de cara a la inscripción en los Goya. En el caso de 'Ciudad sin sueño', la producción de Guillermo Galoe ha decidido dejar al adolescente Antonio 'Toni' Fernández Gabarre en la categoría de Mejor Actor revelación, mientras que Jesús 'Chule' Férnandez Silva, su abuelo en la ficción, y Francisca Jiménez Fernández han sido inscritos como secundarios. Al igual que 'Sorda', la película vista en la Semana de la Crítica

competirá en Mejor Guion adaptado al partir de un cortometraje. Allí se verán las caras con 'Subsuelo', adaptación de la novela de Marcelo Luján y una de las últimas películas que mostrarán sus cartas este año con su puesta de largo en Seminci. La película de Fernando Franco ha colocado a sus jóvenes protagonistas, Julia Martínez y Diego Garisa, en Mejor Actriz revelación y Actor revelación, donde el cineasta ya consiguió un 'cabezon' y una nominación para la pareja de 'La consagración de la primavera'. Sonia Almarcha y Montse Díez competirán entre las secundarias y Nacho Sánchez e Íñigo de la Iglesia harán lo propio entre los secundarios. Garisa podría verse las caras en la categoría de Mejor Actor revelación con Jan Monter, el actor debutante al frente de 'Extraño río'. La película de Jaume Claret Murat ha inscrito a sus padres en la ficción, Nausicaa Bonnín y Jordi Oriol, como secundarios. El alemán Francesco Wenz, interés sentimental del protagonista, se queda fuera de las candidaturas.

Hasta cinco actores se han llevado el Goya por películas de Cesc Gay. El director y guionista intentará extender su racha con 'Mi amiga Eva', un vehículo estelar al servicio de Nora Navas que contará con más opciones más allá de la categoría de Mejor Actriz. Juan Diego Botto y Rodrigo de la Serna, viejos conocidos de la Academia, se verán las caras entre los secundarios, mientras que Ágata Roca intentará estrenarse en Mejor Actriz de reparto, al igual que la argentina Fernanda Orazi en Mejor Actriz revelación.



José Ramón Soroiz se presentará como protagonista por 'Maspalomas' a pesar de su breve trayectoria en cine

Mario Casas competirá consigo mismo y su trabajo en 'La cena', por la que también ha sido inscrito como protagonista junto a Alberto San Juan. La comedia coral de Manuel Gómez Pereira también tiene apuestas en categorías como

Mejor Actriz de reparto (Elvira Mínguez y Carmen Balagué), Actor de reparto (Asier Etxeandía y Óscar Lasarte, finalista el año pasado como revelación por '¿Es el enemigo? La película de Gila'), Actor revelación (Martín Paez) y Actriz revelación (Nora Hernández). Por su parte, otra comedia como 'Los aitas' ha repartido a los padres que dan título a la última comedia de Borja Cobeaga: en Mejor Actor protagonista los aspirantes serán Juan Diego Botto y Quim Gutiérrez, mientras que en Mejor Actor de reparto las bazas de la película serán Iñaki Ardanaz, Mikel Losada y Ramón Barea. Teresa Hurtado y Laura Weissmahr, último Goya revelación femenino por 'Salve Maria', han sido presentadas en la categoría de Mejor Actriz de reparto.

'Tesis' (con el premio a Fele Martínez) y '[REC]' (con el 'cabezón' de Manuela Velasco) son algunas de las contadas películas de terror que han dado el Goya a sus intérpretes noveles. Este año 'Vieja loca' intentará seguir sus pasos con la debutante Agustina Liendo. Carmen Maura y Daniel Hendler representarán a la película de Martín Mauregui en las categorías protagonistas. La ganadora de cuatro Premios Goya tendrá que esperar al año que viene para formar parte de la conversación con 'Calle Málaga', una película que le reportó unas críticas estupendas a su paso por los festivales de Venecia y Toronto y que verá la luz en los cines españoles en 2026. A pesar de su estreno el 1 de de enero, 'Rondallas' tendrá un estreno técnico para poder entrar en la 40 edición de los Goya. La coral comedia de Daniel Sánchez Arévalo ha reservado sus categorías a protagonistas para Javier Gutiérrez y María Vázquez, con Tamar Novas, Carlos Blanco y Marta Larralde como apuestas en las de reparto y Fer Fraga y Judith Álvarez en las de revelación.

ABC Cultural

18 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 17811 €
ÁREA: 537 CM² - 78%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: CULTURA



FUERA DE CAMPO

CARTELERAS SATURADAS, CINES VACÍOS

Solo en el mes de octubre se van a estrenar **69 películas,** una cantidad desproporcionada que ha coincidido con el peor fin de semana en taquilla desde la pandemia

FERNANDO MUÑOZ



«Por favor, dispérsense, aquí no hay nada que ver», dice el detective Frank Drebin (Leslie Nielsen), mientras media ciudad de Los Ángeles arde entre explosiones creadas por su incompetencia. «Por favor, dime algo que ver en el cine que últimamente no ponen nada», dicen muchos cinéfilos casuales que se ahogan entre la saturación de estrenos incapaces de descubrir qué hay de interesante en una cartelera sobrepoblada.

A diferencia del detective de 'Agárralo como puedas', aquí el incendio lo han creado muchos, solo que en lugar de gritar «aquí no hay nada que ver» intentan que la gente vaya a unos cines donde las películas duran menos que un cubo de palomitas en la sesión de tarde. En el mes de octubre se van a estrenar 69 películas en España. Si un desquiciado viera dos películas al día no llegaría a tiempo de revisar la cartelera entera. Un absurdo.

Desapercibidas

Pero es más, si se centrara solo en los estrenos 'potentes', esos que tienen una distribuidora mediana y un buen número de salas para el primer fin de semana, podemos hablar de un par de docenas de películas por mes que pasan desapercibidas. Títulos como 'Bala perdida', la última de Darren Aronofsky; 'Maspalomas', de los Moriarti; 'Realy', con Riz Ahmed y Lily James; 'La tregua', con Arón Piper y Miguel Herrán; 'The Smashing Machine', que hizo mucho ruido en Cannes con Dwayne Johnson; 'Extraño río', que ha camelado a una crítica cada vez menos influyente... Todas han pasado como un suspiro.

Es el viejo dicho de «entre todos la mataron y ella sola se murió». La víctima es la taquilla, claro. Lo recaudado el pasado fin de semana suma la peor cifra desde la pandemia. Apenas 3'2 millones de euros. Una miseria para el sector. Hasta hace unos meses, cuando se hacía balance anual con la recaudación de la temporada, se justificaban los malos datos porque no había grandes películas por los estragos de la huelga de Hollywood y por la pérdida del hábito de ir al cine que dejó como una secuela permanente la pandemia del Covid. Ya no hay excusa, no al menos para seguir estrenando 16 películas cada semana mientras los espectadores viven en una perpetua sensación de que «ahora no hay nada en los cines».

Igual alguien debería haber hecho caso a Berlanga con eso de los contingentes y los necesarios: por mucho que lo de 'necesario' sea un adjetivo que algunos endosan a sus películas, la realidad es que la mayoría son (somos) contingentes.

HAY MUCHAS CULPAS QUE REPARTIR EN UNA INDUSTRIA QUE SOBREPRODUCE Y SOBREESTRENA

Hay muchas culpas que repartir en una industria que sobreproduce y sobreestrena, pero lo que no se puede es culpar al público de no pasar por taquilla. No hay tiempo material de ver todo lo que se lanza ni forma de descubrir «loquehayquever», porque muchas veces, cuando el público se entera de que se ha estrenado aquella película que salió de Cannes con premio, ya la han quitado de las salas. Los carteles duran más en las marquesinas de los autobuses que las películas en los proyectores.

La saturación de estrenos y la pereza de tanto título se resume con una escena. Cuando se anuncian las nominaciones a los Goya, lo habitual es que los actores y directores digan que no han visto al menos la mitad de las cuatro contendientes de su categoría. Y siempre suelen ser películas que llevan tiempo estrenadas, las «imprescindibles» del curso para cualquier aficionado al cine. Pero ni ellos han tenido tiempo. Y eso que los académicos tienen VeoMac, su 'Netflix' con las candidatas para ver en casa. Pasó en la lectura de la terna de preseleccionados al Oscar: uno de los 'contendientes' dijo que no había podido ver aún 'Sorda', y eso que se había estrenado meses antes. Luego, eso sí, hablan muy fuerte del compromiso con el cine en salas y piden a la gente que no se quede en casa.

Solo están rodando

Claro que cómo van a tener tiempo los principales actores y directores para ver cine si solo están rodando. La burbuja sigue inflándose. Una bendición para la profesión, claro... Daniel Ibáñez, que sorprendió el año pasado con su gran papel en 'Segundo premio', ha participado desde entonces en nueve proyectos, entre películas y series. Luis Tosar tiene, desde 2024 y hasta el año que viene, trece títulos, según FilmAffinity; Hugo Silva, ocho; la excelente Nagore Aranburu, diez.

La industria está boyante, hay que reconocerlo. Es más difícil encontrar un técnico sin trabajo que un clásico de los 90 en una plataforma 'mainstream'. Toledo ha anunciado esta semana que va a invertir 7,8 millones de euros en su Ciudad del Cine; Galicia presentó en el Festival de San Sebastián los que serán los dos mayores platós de toda España; Zaragoza presentó la semana pasada Distrito 7, donde van a invertir más de 20 millones para combinar «platós de rodaje, formación y investigación aplicada». Y hay media docena de ejemplos más.

Pese a todo, la taquilla española sigue sin recuperar los datos pre-pandemia, a diferencia de otros países. Quizá sea el momento de reducir los estrenos y poner en valor el hecho de llegar a una gran pantalla y dar tiempo al espectador para que pueda descubrir que hay títulos por los que merece la pena apagar la tele y dejar el sofá. Si no, las películas caducarán en los cines antes que las palomitas. Y no es justo. ■

FRACASOS Y ÉXITOS. A la izquierda, Austin Butler en la última de Aronofsky, que ha pasado sin pena ni gloria. A la derecha, Di Caprio en la película de Paul Thomas Anderson. Arriba, detalle de una sala de exhibición en Madrid

Expansión

18 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 52
AVE: 9225 €
ÁREA: 225 CM² - 46%

FRECUENCIA: Lunes a sábados
DIFUSIÓN: 18863
OTS: 113000
SECCIÓN: ESTILO DE VIDA



LA VENTANA INDISCRETA



Por **Eduardo Torres-Dulce Lifante**

Sobre la muerte del cine

¿Seguirá existiendo en el futuro el cine tal como lo conocemos, como lo hemos disfrutado? ¿Se convertirá en otra de esas manifestaciones artísticas efímeras que duran algo más de un siglo para luego convertirse en una curiosidad arqueológica o para algunos diletantes expertos en atesoradas minucias? El cine apenas tiene siglo y medio de vida y ha sido apelado como el arte del siglo XX e indiscutiblemente su impacto global ha sido sencillamente espectacular. El cine, las películas, forman parte de nuestras vidas, jalonan de muchas maneras nuestras biografías.

A mediados del pasado siglo amaneció un enemigo, la televisión, y desde entonces han entablado un encarnizado combate por las audiencias. El cine ha combatido con sus armas de siempre y ha procurado que las nuevas tecnologías, pantallas grandes, desarrollo de efectos visuales, le permitieran seguir siendo algo *bigger than life*, más grande que la vida, esa vida de repuesto de la que suele hablar José Luis Garci. Lo cierto es que su archienemigo se ha apoderado de las audiencias, cada vez más propicias a ensimismarse doméstica y personalmente merced a dos armas que creía poseer en exclusiva el cine. Una es su capacidad para contar historias, que la televisión, hasta hace unos años, producía con enorme pobreza dramática. Pero llegó la eclosión de las series, la fibra óptica o la comunicación por satélite, y la televisión de pago y por cable, se transformó en un fenómeno de éxito global. Los espectadores se sentían fascinados por el viejo formato de folletín por entregas del siglo XIX, que catapultó el éxito de novelistas como Dickens o Dumas y tantos otros. Y dos, las nuevas tecnologías se pasaron en cuerpo y alma al sector audiovisual, ya que lo nuevos productos se podían ver en móviles, pantallas de ordenador y *tablets*, y en televisores muchas de pulgadas. Si añaden el factor de las redes sociales, el escenario queda completo.

Me dirán que las películas también pueden disfrutarse de esa manera pero ya les advierto que las circunstancias no son las mismas. Básicamente porque la visión de una película en una sala de cine implica el hecho decisivo de salir de tu entorno habitual y encerrarte con otras personas, en silencio, ante una pantalla. Si la película es buena, tu rapto de la cotidianeidad se habrá producido misteriosamente, algo que ni de lejos se produce en el consumo en otros formatos. También me dirán que las series son como cine. No es verdad; porque ni la manera de narrar, mucho más dilatada y llena de subtramas, con altos y bajos de tensión dramática cuidadosamente elegidos, ni la manera de visualizar la narración, mucho más plana, se pueden comparar con una buena película.



'Una casa llena de dinamita', el 'thriller' político de Kathryn Bigelow.

Las plataformas seducen con su dinero a los cineastas, pero en realidad destruyen su producto

Obligan a estrenar de tapadillo y el público no tiene la oportunidad de ver la película en cines

Del otro lado de la guerra, el cine ha ido perdiendo batalla tras batalla. Primero la especulación inmobiliaria ha hecho desaparecer casi por completo las salas de cine del entorno humano más próximo. Las multisalas combinan grandes pantallas con salitas más próximas a un cuarto de estar que a un cine, cuando no se agrupan en la idea de un centro comercial. Por una razón u otra, además, los espectadores han desertado de ir a ver películas en cines, y, no es menor, la razón de que se han dejado de hacer películas que emocionen e interesen a todos. O son de autor tipo Yorgos Lánthimos para una exquisita minoría o son de superhéroes de cómic tipo Marvel para una franja bien concreta de espectadores.

Y dejo para final la traición, posiblemente la puntilla para los que nos gusta el cine de siempre y en las salas de cine de siempre y que ha motivado que escriba estas líneas. El caballo de Troya del vil metal de las plataformas que seduce con su dinero a los cineastas y destruye su producto. En realidad no producen películas, sino muy minoritariamente; lo que hacen es asegurar su distribución en una plataforma con la condición de que apenas se estrenen como es debido, digamos que de tapadillo o por muy poco tiempo, para asegurar que sus suscriptores pasen por taquilla para verlas en sus dispositivos. Pongo algunos lacerantes ejemplos. *Un fantasma en la batalla*, la excelente película de Díaz Yanes, estará en cine dos semanas y enseguida se podrá ver en Netflix, de manera que muchos potenciales espectadores aguardarán cómodamente a verla en casa. Es el caso de una de las películas más esperadas del año, *Una casa llena de dinamita*, el *thriller* político de Kathryn Bigelow, autora de magníficas películas como la oscarizada *En tierra hostil* o *La noche más oscura*. Anoten, la podrán ver el 24 de octubre en Netflix, y se ha estrenado en Madrid el 10 de octubre, en el cine Odeón Alcalá Norte, en dos miserables sesiones de tarde. Cuando escribo estas líneas, viernes 17 de octubre, la pueden ver en una sola sesión a las 16:10. Vergonzoso.

Remato la faena. Si intentan buscar en la cartelera *Relay* no les arriendo la ganancia. Es un espléndido *thriller* de espionaje cibernético, protagonizada por el oscarizado Riz Ahmed, Lilly James y Sam Worthington, dirigidos por David Mackenzie, que es autor de esa enorme película que es *Comanchería*. *Relay* pertenece a ese buen cine de siempre; una de las mejores películas de la temporada. Se estrenó como de tapadillo, en sesiones muy limitadas y casi en dos semanas estaba prácticamente invisible. No está tampoco en ninguna plataforma como tampoco está *Bikeriders*, una de las grandes películas de los últimos quince años. Así se liquida el cine; desde dentro.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

‘The Paper’, spin-off de ‘The Office’, y ‘Portobello’ se estrenarán en Serielizados Fest 2025

Por Redacción AV451 -16 octubre, 2025

La 12ª edición de Serielizados – Festival de Series de Barcelona añade más títulos destacados a su programación, que tendrá lugar del 3 al 12 de noviembre en el CCCB, cines Mooby Aribau y CASA SEAT.

El festival estrenará en exclusiva en España la comedia ‘The Paper’ (SkyShowtime), que surge del mismo universo de ‘The Office’. En esta ficción documental, el equipo que inmortalizó la sucursal de Dunder Mifflin en Scranton en ‘The Office’ se centra ahora en un histórico periódico local del Medio Oeste de Estados Unidos y en su editor, que intenta revivirlo. La serie también cuenta con un reparto coral y está encabezada por Domhnall Gleeson (‘Una cuestión de tiempo’, ‘Ex Machina’) y Sabrina Impacciatore, especialmente conocida por la segunda temporada de ‘The White Lotus’.



‘The Paper’. Fotografía de Aaron Epstein/PEACOCK

'The Paper' está creada por Greg Daniels, creador original de la versión estadounidense de 'The Office', además de otras ficciones televisivas como 'Parks and Recreation' o 'Upload', y Michael Koman, guionista de 'How To with John Wilson' o del programa de Nathan Fielder 'Nathan for You'. Tras su paso por Serielizados, 'The Paper' se estrenará el 14 de noviembre en SkyShowtime.

'Portobello', la nueva serie de Marco Bellocchio

Serielizados acogerá también el estreno en España en exclusiva de 'Portobello', una serie HBO Original dirigida por el veterano cineasta italiano. La serie, primera producción italiana para HBO Max, tuvo su estreno mundial hace poco más de un mes en el Festival de Venecia y se centra en uno de los casos de injusticia más notorios de Italia: la historia del presentador de televisión Enzo Tortora, acusado de formar parte de una organización de la Camorra dedicada al tráfico de drogas.

Marco Bellocchio es uno de los grandes cineastas europeos, director de películas como 'El diablo en el cuerpo', 'Vincere', 'El traidor' o 'El rapto', entre muchas otras. Su anterior serie, 'Exterior Noche', también tuvo su estreno nacional en Serielizados.

Bloque dedicado a la animación con 'Soul Shift' y 'La vraie vie'

El festival también dedicará un espacio a la animación con la proyección conjunta de las series 'Soul Shift' y 'La vraie vie'.

'Soul Shift' es una ingeniosa aventura que explora el sentido de la vida y el origen del universo a través de dos protagonistas atípicos. Con ecos de otros títulos como 'Rick & Morty' o 'Futurama', la serie destaca por su estilo visual y una narración con más de cien personajes.

'La vraie vie', por su parte, es un documental en el que un joven actor que duda de su profesión acepta un nuevo rol que lo desconcierta: explorar, como avatar, un videojuego en línea en un mundo virtual donde todos siguen las reglas. Todos… excepto él. La serie sorprendió en festivales como Cannes Series o Visions du Réel.

El festival ya ha anunciado toda su programación presencial y contará con invitados internacionales como Alan Ball, creador de las series 'A dos metros bajo tierra' y 'True Blood', y Sally Wainwright, creadora de 'Happy Valley' y la nueva 'Riot Women', seleccionada en la Sección Oficial Internacional a competición. Dentro de esta sección también se proyectarán 'A Better Man' (Filmin), 'A Life's Worth', 'Empathie', 'Reykjavík Fusion' (AMC+) y 'The Danish Woman'.

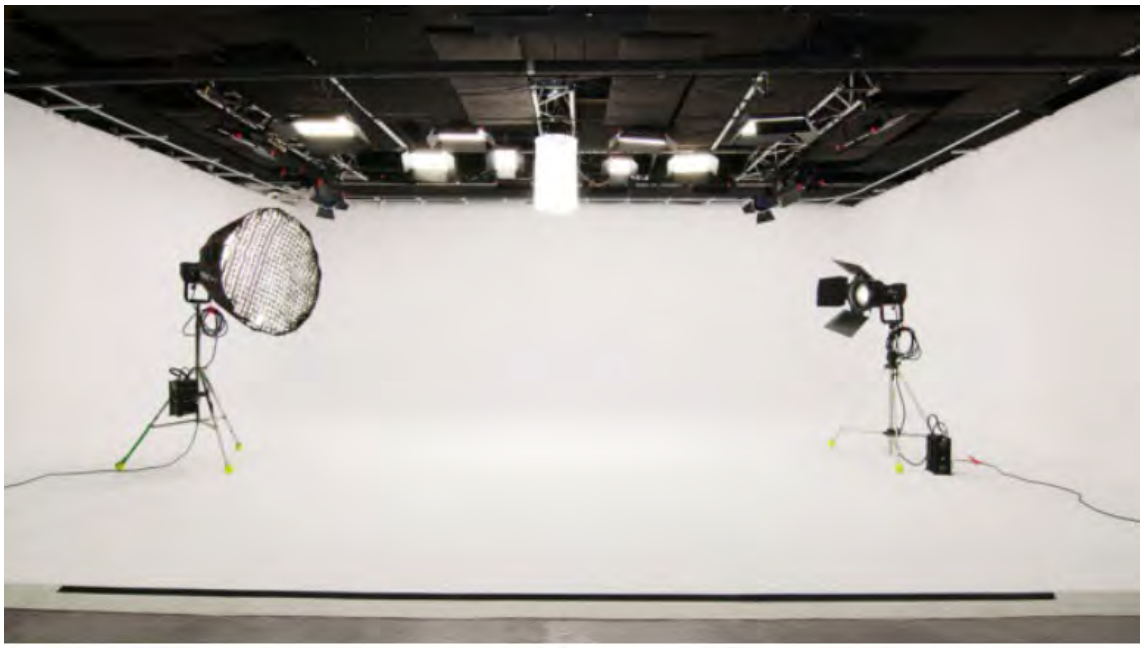
La Sección Oficial Nacional a competición contará con 'Anatomía de un instante' (Movistar Plus+), 'Argi Gorriak' (EITB), 'Los 39' (RTVE), con la presencia de los actores Pablo Derqui y Víctor Rebull, y 'Yakarta' (Movistar Plus+), con la presencia

de Javier Cámara, Carla Quílez, Diego San José (creador) y Elena Trapé (directora). La clausura correrá a cargo de la serie 'Sense filTRES' (3Cat), y se proyectarán otros títulos como 'Ets i uts' (3Cat), con la presencia de Marc Tarrida y Mònica Glaenzel, 'La Fugida, veritats ocultes' (3Cat), 'Zeru Ahoak' (EITB) y 'Missing in Murcia' (Movistar Plus+), de Carles Porta. El festival ofrecerá además una sesión infantil con 'A jugar!' (SX3) y un homenaje a la serie 'Ventdelplà' por el 20º aniversario de su estreno, con la presencia de Emma Vilarasau, Georgina Latre y gran parte del reparto.

Serielizados PRO, la sección de industria, introduce este año novedades como una sesión de pitch de proyectos internacionales que otorgará 5.500 euros al ganador. Además de celebrar charlas con compradores y creadores. Audiovisual451 acudirá por primera vez este año como medio colaborador para contar de primera mano las jornadas.

En próximos días, Serielizados anunciará su programación completa online, que tendrá lugar en Filmin del 10 al 23 de noviembre.

DIRCOMFIDENCIAL



Prisa Media rearma la dirección de Lacoproductora con la cúpula del área de Audio

MEDIOS | 20 OCTUBRE 2025

Prisa Media quiere reavivar la actividad de Lacoproductora, la productora audiovisual que adquirió parcialmente a principios de 2022, culminando la compra el año pasado.

Aquella operación supuso la salida del accionariado de su fundador José Miguel Contreras, al tiempo que fue nombrado director de Contenidos de Prisa Media; cargo que ocupó hasta su dimisión el pasado febrero al estallar la guerra desatada por el proyecto televisivo dirigido por éste, y que acarreó en el cese de Carlos Núñez como presidente de la unidad de negocio de medios de Prisa.

Aquel nombramiento como director de Contenidos, y su incompatibilidad al frente de Lacoproductora, provocó que la cúpula directiva de Prisa Media optara por el nombramiento de María Jesús Espinosa de los Monteros como directora de la compañía de producción, puesto que ha compatibilizado con la Dirección General de Prisa Audio, donde ha permanecido más de cuatro años.

María Jesús Espinosa de los Monteros finaliza sus competencias en Prisa Audio para centrarse exclusivamente en la dirección de la productora.

Ahora, la Prisa Media que encabeza Pilar Gil ha decidido que Espinosa de los Monteros -figura especialmente reconocida en la industria del podcast en España- asuma en exclusiva la dirección de Lacoproductora, poniendo fin a su etapa vinculada al audio digital.

En esta nueva fase de la productora audiovisual, la directora recupera de Prisa Audio a Eugenio Viñas, su entonces director adjunto de contenidos, que pasa a asumir este mismo cargo en Lacoproductora.

Uno de los objetivos prioritarios de Prisa Media es revitalizar el negocio de la productora que lleva meses sin realizar encargos de terceros, prácticamente desde la salida de Contreras, tras años de producciones para TVE, Mediaset, La Sexta, Atresplayer, Telemadrid, Movistar, Netflix o HBO.

La estrategia de audio digital que antes coordinaba Espinosa de los Monteros junto a Viñas, pasó a manos de Miriam Hernanz, directora de Prisa Vídeo, en coordinación con Fran Llorente, director Editorial y de Contenidos de Radio y Negocio Audiovisual, antes de verano, con la revolución de la cúpula directiva activada por Pilar Gil.

DIRCOMFIDENCIAL



La industria española de los videojuegos entra en periodo de pausa

El complejo acceso a la financiación, la dependencia de la inversión extranjera y la atomización del sector son viejos hándicaps enquistados que se han traducido en despidos y cierres de estudios

En España hay 22,1 millones de jugadores habituales, que dedican a videojuegos 8,2 horas semanales

LAURA MONTERO CARRETERO
Madrid



19/10/2025 a las 05:03h.

SEGUIR AUTOR

La industria del videojuego en España presenta una doble cara preocupante: mientras la facturación marca récord y el número de jugadores aumenta, el cierre de estudios emblemáticos y los despidos de los últimos años generan inquietud en un momento en el que el crecimiento de la inteligencia artificial está provocando, además, cambios en los perfiles que se necesitan. Al terremoto laboral se suma el lastre de la atomización empresarial y la falta de ayudas fiscales equiparables a las de otras geografías. La saturación del mercado global por la ingente cantidad de títulos que se lanzan a diario y la práctica ausencia de inversores locales especializados conforman la tormenta perfecta.

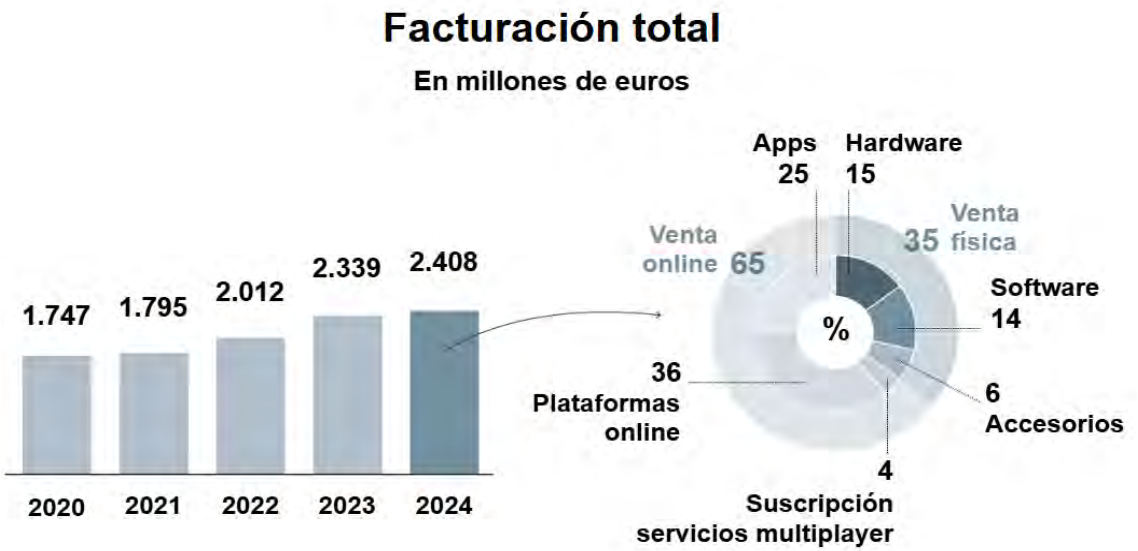
El año pasado concluyó con luces y sombras. El sector facturó 2.408 millones de euros, una cifra que mantiene la tendencia ascendente de los últimos cursos, pero más moderada, ya que se trata de una subida del 2,95% interanual, frente al 16,25% que se experimentó en 2023, de acuerdo al anuario de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI). Ya hay 22,1 millones de personas que juegan habitualmente y dedican de media 8,2 horas semanales a este fin. Por otro lado, el número de estudios españoles constituidos como empresa se ha incrementado de forma ininterrumpida desde 2020, hasta alcanzar los 670 en 2024, según la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento (DEV).

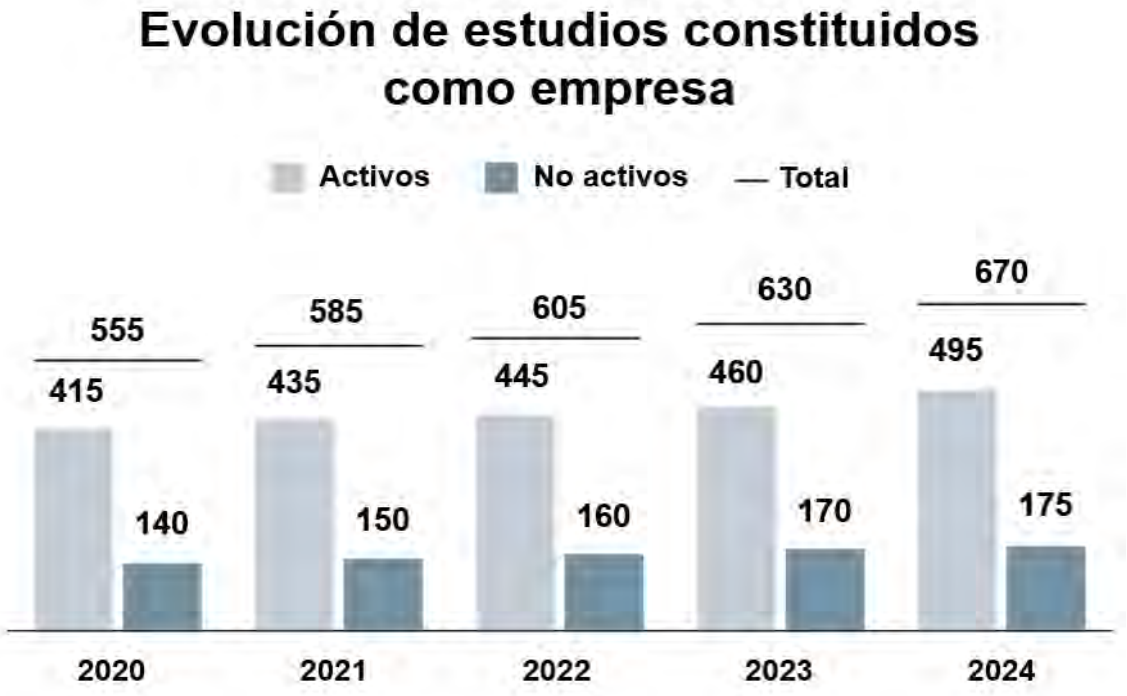
Sin embargo, en el reverso de esta bonanza están anuncios como el fin de Novarama, creador de la exitosa serie InviZimals, el adiós de Smilegate Barcelona, el ERE de Codigames y el de Pendulo Studios, la primera huelga del sector en nuestro país, protagonizada por la plantilla de Ubisoft Barcelona, el cierre de Aheartfulofgames o el de Tequila Works tras quince años en activo…

«Estamos ante un sector que parece fuerte desde fuera, pero que por dentro arrastra debilidades estructurales», sentencia David Alonso, director del Departamento de Videojuegos y Animación de UDIT, Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología. Apunta hacia una serie de elementos que merman la industria nacional: «Existe una dependencia excesiva de la inversión extranjera, como demuestra el caso de Novarama, que tras más de dos décadas de trayectoria acabó cerrando al no lograr financiación sostenible tras su ruptura con Tencent; o Tequila Works, que terminó participada mayoritariamente por la misma compañía china».

No pasa por alto el hecho de que muchos estudios en España funcionan como sedes satélite de multinacionales y están expuestos a decisiones corporativas ajenas al país. «Smilegate Barcelona cerró cuando la matriz surcoreana reestructuró su estrategia europea y a Secret 6 Madrid le pasó algo parecido tras la reorganización de Embracer Group», pone como ejemplos.

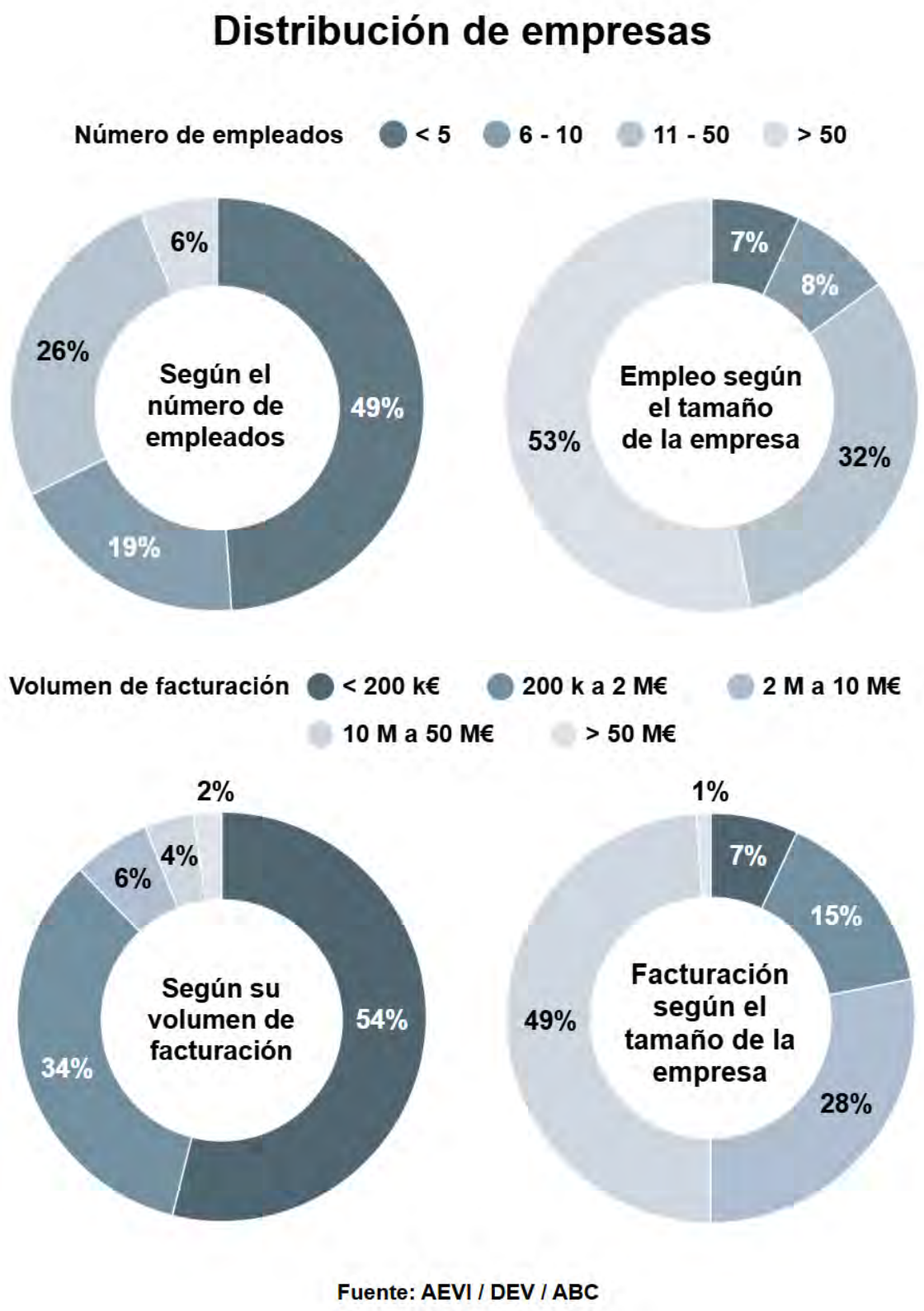
Asimismo, el experto advierte de la financiación inestable para desarrollar IPs (propiedad intelectual), «un problema histórico que ilustra bien el caso de Pendulo Studios, pionero y referente internacional del videojuego narrativo que, aun con éxitos como Runaway, ha tenido que sobrevivir a base de acuerdos con 'publishers' (editores) extranjeros debido a la falta de inversión nacional para proyectos creativos competitivos». Por otro lado, percibe que emprender en el videojuego en España sigue siendo una «aventura de riesgo». ¿La razón? «El acceso a financiación privada es muy limitado, el retorno económico de un juego llega tarde, y muchos estudios acaban dependiendo de 'publishers' internacionales que imponen sus condiciones y se quedan con buena parte de los ingresos».





Fuente: AEVI / DEV / ABC

La saturación del mercado causada por la gran oferta es otro de los factores que dificulta la supervivencia. «En la actualidad salen del orden de 40 títulos al día. Ya no vale solo con hacer un buen producto, sino que hay que cuidar el marketing para destacar en la tremenda marea existente, por eso en plataformas como Steam muchos tratan de llamar la atención más allá del juego en sí mismo, creando comunidad», reflexiona Adrián Suárez, profesor del Máster en Diseño y Desarrollo de Videojuegos de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR). Por este motivo, incide en la importancia de que las decisiones empresariales se tomen «con cabeza», sin olvidar que los videojuegos tienen un alto riesgo que exige planificar bien los pasos a dar.



Fuente: AEVI / DEV / ABC

Durante los confinamientos por el Covid se disparó el consumo de tecnologías digitales, lo que provocó el entusiasmo inversor, pero cuando el crecimiento se ha estabilizado, la retirada de la inyección masiva de capital ha dejado en la estacada a muchos actores. «Podemos verlo como algo catastrófico, pero en realidad estamos ante una fase de normalización», matiza el docente.

Desde DEV ahondan en las consecuencias de las dinámicas aparecidas a raíz del coronavirus: «Muchos estudios surgieron en pleno boom pospandémico, pero sin una base económica sólida ni una planificación realista tras una situación tan excepcional. En muchos casos, estos estudios dependían de una sola fuente o 'publisher', lo que los hacía vulnerables. Si el apoyo se corta, el proyecto se viene abajo». A su juicio, otro aspecto a tener en cuenta es el papel de las grandes empresas internacionales que invirtieron en España estos últimos años, comprando participaciones o financiando proyectos. «La inyección de dinero–prosiguen– generó un crecimiento rápido, pero cuando esas inversiones se reducen, llegan los cierres y despidos». No es un fenómeno exclusivo de nuestro país. Al menos 4.400 profesionales del sector en todo el mundo se han quedado sin trabajo en lo que va de 2025 y el año pasado se contabilizaron 14.600 despidos, según los datos que recoge el portal Game Industry Layoffs.

Las turbulencias que sufre el sector motivaron la creación de CSVI, la Coordinadora Sindical del Videojuego de la CGT, que coincide en que la estabilización del consumo tras la pandemia ha hecho mella en el tejido español de videojuegos, ya de por sí afectado por el escaso acceso a financiación local. «Hay bastante inversión para proyectos más pequeños, sobre todo de los gobiernos autonómicos y del gobierno central, pero no existe una inversión privada a suficiente nivel para mantener los proyectos de triple A, aquellos con altos presupuestos y que implican la colaboración de cientos de profesionales», comenta un representante de CSVI, que lamenta que muchos profesionales del país opten por marcharse al extranjero o pivotar a «industrias más estables», como la informática o la banca.

El yin y el yang

Desde DEV piensan que el reto ahora es pasar del crecimiento rápido a la estabilidad a largo plazo, con estructuras más fuertes y políticas públicas que acompañen ese proceso. Coincide David Alonso, de UDIT, para quien «si queremos competir, necesitamos escala, inversión estable y apoyo real a la creación de propiedad intelectual propia», además de profesionalizar la parte empresarial, ya que «sabemos hacer juegos, pero nos cuesta venderlos, financiarlos bien y gestionarlos como productos globales».

A pesar de ello, destaca como notas positivas que el talento español es reconocido internacionalmente, como refleja la decisión de Electronic Arts de reforzar su estudio en Madrid y trasladar parte de su producción desde la sede de Miami «precisamente por la calidad del talento técnico local». Señala que España tiene una oferta de formación reglada en videojuegos única en Europa, «tanto en el ámbito universitario como en la formación profesional» y, además, presenta costes de producción competitivos respecto al norte de Europa, y por idioma y afinidad cultural, puede liderar contenidos interactivos en español.

José María Moreno, director general AEVI, subraya que asistimos a procesos de concentración empresarial que han generado algunos ajustes de plantilla. «Pero en España nos estamos viendo menos afectados en la parte laboral que otros países del mundo. De hecho, el número de profesionales del sector crece», aclara. En concreto, los empleos directos se han acelerado desde 2019 hasta 2023, último año con datos disponibles, cuando llegaron a los 10.259, según DEV.

Moreno explica que la industria está inmersa en una transformación en la que también influye la situación de países como Alemania o Reino Unido, «donde la economía no está funcionando tan bien como antes y el consumo de videojuegos ha decrecido». Por último, apunta hacia el impacto de la IA: «Se usa desde hace muchos años y la vemos como una aliada para ser más eficientes. Provoca, eso sí, que el perfil de los profesionales que se contratan vaya cambiando. Hay especialistas que a lo mejor ya no se necesitan tanto porque los procesos en los que estaban implicados se pueden trabajar bien con IA, pero al mismo tiempo faltan personas que sepan manejar esta tecnología para hacer videojuegos con más calidad».

Coincide en este extremo el profesor de la UNIR, que vaticina una redefinición de los roles laborales por la exigencia de adaptarse a la IA, pudiendo haber pérdidas puntuales de empleo. Insiste en que no reemplazará al personal para las tareas estratégicas: «La IA contribuye a acelerar la creación de código y los procesos de pre-producción (concepto, ideación), pero cuando llegamos a las partes de arte final siempre entra en juego la parte humana para que aterrizaje los trabajos y el resultado tenga calidad». Lo que más le inquieta es que esta tecnología agrave la saturación de la oferta: «Si se suman los videojuegos basura hechos con IA, la burbuja será más preocupante». Elon Musk, por ejemplo, ya ha manifestado su intención de lanzar un «gran videojuego generado por IA» antes de que termine 2026.

España tiene talento de primer nivel y costes de producción más competitivos que el norte de Europa

A la incertidumbre en torno a esta tecnología se añaden 'deberes' como ganar tamaño empresarial. Los estudios de menos de cinco trabajadores suponen el 49% de la industria y en función de los ingresos, el 54% del total de las compañías factura por debajo de los 2000.000 euros anuales. Adrián Suárez, de la UNIR, cree que el sector necesita la entrada de inversores que comprendan este mundo y no esperen que el videojuego sea un pelotazo, sino un producto de alto riesgo que funciona bien en el 'long tail', es decir, que valoren un retorno lento y duradero.

Conocer las peculiaridades del sector es la llave para asegurar un futuro prometedor. Desde DEV defienden que el desafío no es solo tener más estudios, sino hacerlos más fuertes, sostenibles y conectados: «Por eso trabajamos en que el sector crezca de forma más profesional y sostenible, con iniciativas como el Libro Blanco y medidas que faciliten el acceso a la financiación y a incentivos fiscales para las pymes». Igual de esencial es favorecer la formación empresarial, «no solo enseñar a hacer videojuegos, sino también a gestionar una empresa, solicitar ayudas o planificar económicamente».

Ayudas fiscales

Las patronales comparten petición a las administraciones: incentivos fiscales para que nuestras empresas compitan en igualdad de condiciones frente a sus homólogas en Francia, Italia, Bélgica, Países Bajos o Reino Unido. AEVI pide una modificación de la Ley del Impuesto sobre Sociedades para que el videojuego disfrute de los mismos beneficios que el cine o las artes escénicas. «Nos estamos quedando como uno de los pocos países europeos que no tiene estas ayudas», lamenta su director general. DEV y AEVI presentaron en 2023 un informe realizado por la UC3M, bajo la dirección del profesor Julio Cerviño, que concluía que una desgravación fiscal del 20% en el impuesto de sociedades multiplicaría casi por cuatro la facturación de esta industria en 2028 y multiplicaría por 2,3 los empleos a tiempo completo en 2030.

«Necesitamos que se introduzca un incentivo realmente útil, fácil de aplicar y adaptado a todos los tamaños de estudio. Cuanto más tardemos en España en tenerlo, más serán los proyectos que perderemos o que elegirán otros lugares para desarrollarse», rematan desde DEV, que reclaman para las empresas pequeñas ayudas directas, préstamos blandos y líneas de apoyo a la producción que acompañen el desarrollo desde el prototipo hasta la comercialización e internacionalización, y que estos apoyos tengan intensidad similar a la de otros países de nuestro entorno.

El director general de AEVI se queja de que no solo es que España carezca de ayudas fiscales para videojuegos, sino que las subvenciones están muy por debajo de las de otros países. «Aquí había un millón de euros, luego se pasó a ocho y en el último año se ha bajado a cinco, de los cuales tres van a los podcast. Alemania le dedicó el año pasado 50 millones y hace poco ha anunciado que destinará 140 millones a esta industria». La patronal también echa en falta por parte de las administraciones un mayor apoyo a la internacionalización, bien sea acompañando a las empresas a encuentros internacionales potentes o ayudando a montar un evento de referencia en España para atraer inversores que conozcan sobre el terreno lo que se hace en el país.

Recientemente, se anunció un convenio entre el Ministerio de Cultura y DEV para colaborar en el desarrollo de acciones para la internacionalización del videojuego español que tendrá un periodo de vigencia de 2025 a 2029, ambos inclusive, aportando el Ministerio la cantidad máxima de 150.000 euros.

Como iniciativa exitosa reciente, los 90.000 euros del Ministerio de Cultura con los que AEVI puso en marcha Mad Games Show, que reunió 2.000 asistentes y una treintena de inversores internacionales. «Estamos en conversaciones para ver si lo podemos repetir en 2026 con más recursos», adelanta José María Moreno, de AEVI, que lleva tiempo organizando, junto a ICEX, visitas de estudios españoles a citas clave como Tokio Games Show, la GDC en San Francisco, Gamescom en Colonia… «Deberíamos concentrar los esfuerzos de todos los agentes, de las asociaciones y de las administraciones para sacar adelante proyectos más grandes», dice.



El programa de emprendimiento de Madrid in Game cuenta con dos convocatorias al año, una en marzo y otra en septiembre

Un ejemplo es Madrid in Game, iniciativa del Ayuntamiento de Madrid para impulsar la industria del gaming a través de diversas actuaciones. Su programa de aceleración, Start IN Up Program, ha incubado desde 2023 más de 135 empresas, que han levantado más de 10 millones de euros en rondas de financiación y creado 250 puestos de trabajo. «Lo que tiene de especial es que ofrece una formación específica realizada por menores especializados de todas partes del mundo. Como ejemplo real, dado que la inteligencia artificial se está usando cada vez más para programar, trajimos a un experto de IA de Copilot», cuenta Ángel Niño, concejal delegado de Innovación y Emprendimiento del consistorio madrileño. El programa de emprendimiento cuenta con dos convocatorias al año, una en marzo y otra en septiembre (cada una dura seis meses), dirigidas desde a startups en las fases más primitivas de su fundación hasta las que pretenden alcanzar las más altas cotas en la industria.

También ayudan a los emprendedores en la búsqueda de financiación gracias a los 'Demo Days', donde tienen la oportunidad de mostrar sus desarrollos a inversores internacionales. Asimismo, «asistimos a las ferias del sector más importantes a nivel nacional e internacional para que las startups tengan visibilidad y vayan cogiendo nombre».

Esfuerzos para que la industria española de videojuegos suba de nivel en la partida decisiva por la competitividad.

ACTUALIDAD ECONÓMICA

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,33-35
AVE: 89302 €
ÁREA: 3548 CM² - 250%

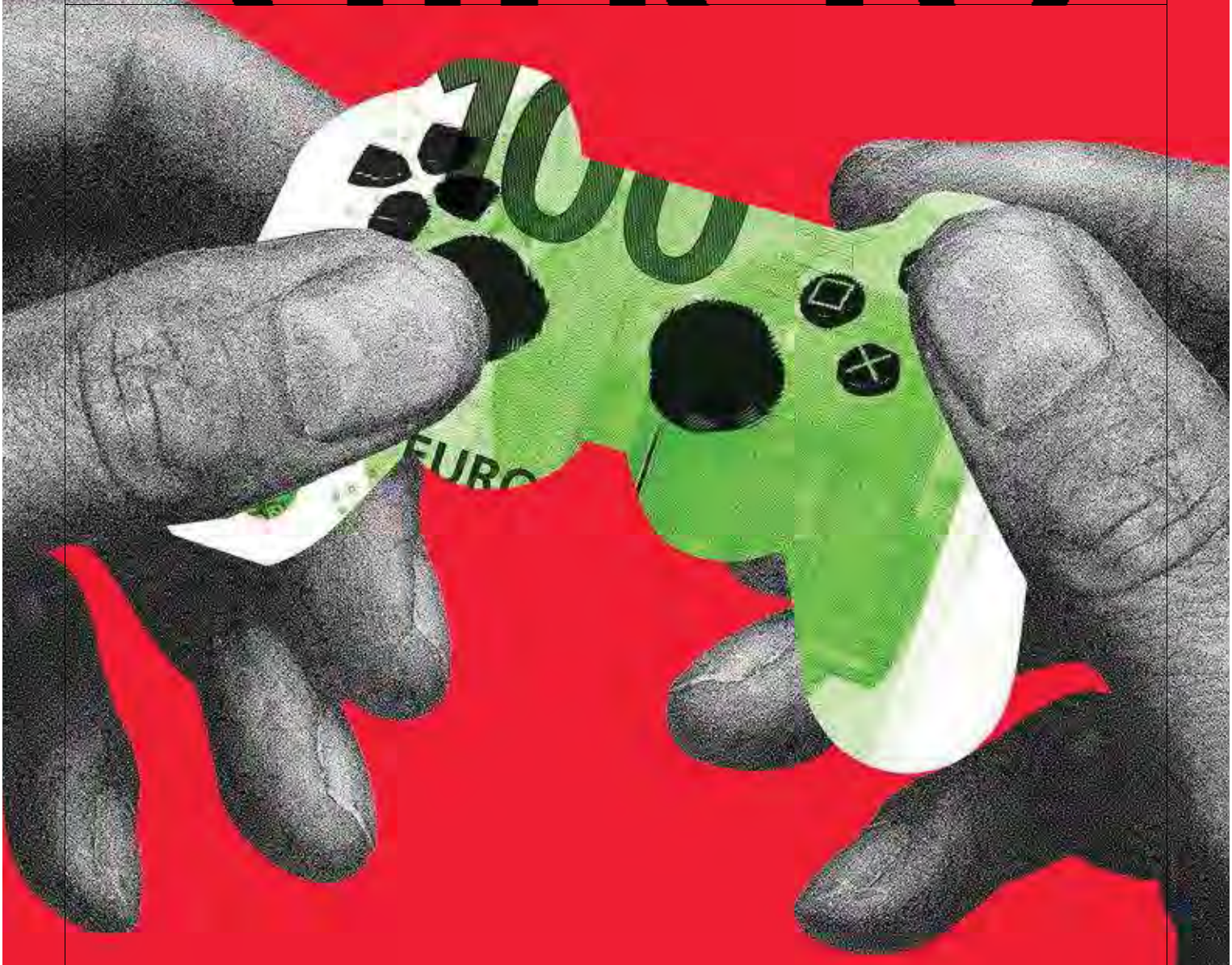
FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 52155
OTS: 436000
SECCIÓN: PORTADA

19 Octubre, 2025



Qué hacer con su

dinero



El rally del 'gaming' acelera en los mercados... pero es un tren al que no puedes subirte sin cinturón

Los videojuegos atraen a más inversores, pero su alta volatilidad, los riesgos regulatorios y los factores macroeconómicos requieren estrategias cuidadosas

Por **Daniela Saltos**
Ilustración **Josetxu l. Piñeiro**

Ya hace varios años que los videojuegos pasaron de ser un simple pasatiempo a construir una industria cultural que atrae más atención de los mercados y empresas. Y con la pandemia, su crecimiento solo se aceleró. Tanto es así que la mayor compra apalancada del sector empre-

ACTUALIDAD ECONÓMICA

19 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,33-35
AVE: 89302 €
ÁREA: 3548 CM² - 250%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 52155
OTS: 436000
SECCIÓN: PORTADA



sarial hasta el momento se hizo en este sector y este año. En concreto, el fondo soberano de Arabia Saudí, con la ayuda de otros dos fondos de capital privado –Silver Lake y Affinity Partners– compraron Electronic Arts (EEUU), la sexta mayor compañía de videojuegos del mundo por ingresos y los creadores del mítico FIFA. Aunque esta ha sido la última y la más llamativa, el Reino ya ha llevado a cabo tres de las 10 mayores adquisiciones en la historia de esta industria. Sus apuestas también están en firmas de videojuegos como Nintendo –con una participación entre el 4% y el 8%–, Niantic (Pokémon Go) o EA –con un 10%–.

"El crecimiento viene de la confluencia de la expansión del público, la digitalización del entretenimiento y la monetización"

Así, grandes fondos han identificado en el entretenimiento digital una vía para diversificar su riqueza y consolidar su influencia en sectores con alto potencial. Y los videojuegos, junto con los eSports (deportes electrónicos), se han convertido en uno de los terrenos más atractivos al generar audiencias masivas, fidelizar comunidades y obtener rentabilidades.

"El crecimiento espectacular viene de la confluencia de cuatro fuerzas: expansión del público (streaming, plataformas sociales), digitalización del entretenimiento, monetización vía publicidad/in-apps y sinergias con IA/hardware", explica Sergio Ávila, analista senior de mercado en IG. De hecho, el mercado de los videojuegos cerró el 2024 con 3,427 millones de jugadores y con ingresos de 188,8 mil millones de euros, de los que el 18% llegan de Europa. Estos datos pertenecen al informe *Global Games Market Report 2025* realizado por la empresa de investigación Newzoo, que además asegura que la madurez del sector crea la necesidad de retener y monetizar las audiencias actuales. Por esto, no solo los grandes fondos participan de estas acciones, sino también los pequeños inversores que buscan beneficiarse de una industria que combina innovación tecnológica, consumo digital y entretenimiento.

Eso sí, no basta con ser solo un jugador aficionado. "Es un sector en auge, pero no es para todo el mundo", aclara Richard Gracia, experto en inversión.

3,4%

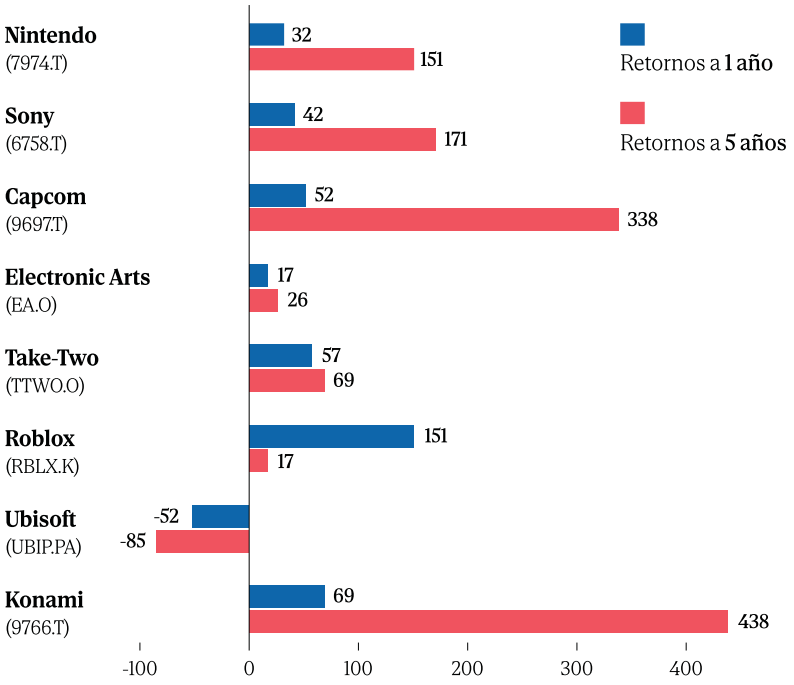
Crecimiento. En 2025, los ingresos del sector llegaron a los 188.800 mil millones de dólares, el 18% viene de Europa.

611

Millones. Es el número de espectadores de las competencias de eSport a nivel mundial en 2024, un incremento de 40 millones frente al año anterior.

Retornos de empresas del sector gaming

En porcentaje



Fuente: Newzoo

"Suele haber momentos complicados en los que los sectores que crecen mucho dejan de hacerlo y es donde de verdad viene el riesgo". En este caso, cuando la base de usuarios madura, el crecimiento tiende a suavizarse y la rentabilidad pasa a depender de "las innovaciones tecnológicas, la regulación (por ejemplo, en *loot boxes* –cajas de recompensas– o *gambling* digital –casino en línea–) y la competencia feroz", apunta Ávila y advierte que "no es un tren al que subirse sin cinturón".

Y es que calificarlo como un "tren" no es exagerado. Quienes buscan hacerlo desde España, muchas veces optan por revisar las acciones de las empresas más emblemáticas del sector, desde Nintendo y Roblox hasta Konami e, incluso, Electronic Arts. La cartera de eToro –creada a partir de ocho empresas– registró un crecimiento del 46% en el último año (hasta junio de 2025 y más que la rentabilidad total del 13 % del NASDAQ) y un 141 % en los últimos cinco años. "Las grandes editoras de videojuegos siguen siendo globalmente rentables, con márgenes operativos que frecuentemente alcanzan los dos dígitos para las mejor posicionadas", ilustra Antoine Fraysse-Soulier, analista de mercados de eToro.

La cartera de eToro con ocho de las empresas más emblemáticas del sector creció un 46% en un año y un 141% en los últimos cinco años

Sin embargo, aún hay cuestiones que considerar que podrían frenar el tren de los videojuegos. Según el análisis de la plataforma de inversión social, los márgenes operativos de EA se sitúan alrededor del 16–22%, por ejemplo, y aunque Nintendo suele subir con el lanzamiento de nuevas consolas y juegos, recientemente ha caído por el final del ciclo de la Switch. ¿Qué muestran estos resultados? Un mercado con grandes oportunidades, pero con resultados que pueden variar de forma abrupta según la evolución de las compañías y de sus productos. Un mercado de alta volatilidad. Junto a esto, también está presente el riesgo regulatorio con las restricciones impuestas por gobiernos y la concentración del sector. Según Ávila, "pocas empresas dominan desarrollo, distribución o plataformas; si una se descuadra, arrastra al resto".

E-SPORTS

Aun con los riesgos sobre la mesa, el entusiasmo no se enfría para quienes son grandes aficionados que, además

ACTUALIDAD ECONÓMICA

19 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,33-35
AVE: 89302 €
ÁREA: 3548 CM² - 250%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 52155
OTS: 436000
SECCIÓN: PORTADA



de jugar, analizan, comparan y apuestan. En ese punto, donde la pasión se convierte en estrategia, salen sectores más especializados, y, en este caso, los eSports toman el relevo con competiciones internacionales que contaron con una audiencia global de alrededor de 611 millones de espectadores en 2024 y se prevé que sea mayor en el cierre de este año, según Statista, y que en gran medida se vieron impulsadas por el crecimiento de plataformas como Twitch.

La revolución de los deportes electrónicos no tardó en instalarse en España, incluso después del repunte que vivieron en la pandemia. La Asociación Española de Videojuegos confirmó que en 2024 los ingresos proyectaron un 13% más respecto al año pasado y mostró "una evolución positiva en múltiples frentes, no solo económico, también en el de eventos destacados y resultados de equipos". En este sentido, Madrid fue sede del Valorant Champions Tour: Madrid Masters que batió récords de audiencia mundial y las organizaciones españolas destacaron en diferentes eventos como Heretics que dominó dos temporadas de la Superliga de League of Legends, la mayor competición española de eSports.

Esa expansión, tanto en audiencias como en ingresos, no ha pasado desapercibida para empresas –como Santander que empieza a invertir en estos deportes– y para los inversores. Los fondos especializados en entretenimiento digital y tecnología comienzan a incluir los deportes electrónicos dentro de sus carteras, como el VanEck Video Gaming and eSports UCITS ETF (ESPO) –con un valor por participación de 76,06 dólares– y el Global X Video Games & eSports UCITS ETF (HERO) –con un valor por participación de 15,5 dólares–, que cotizan en bolsas europeas y cumplen con la normativa de la Unión Europea para la protección de los inversores.

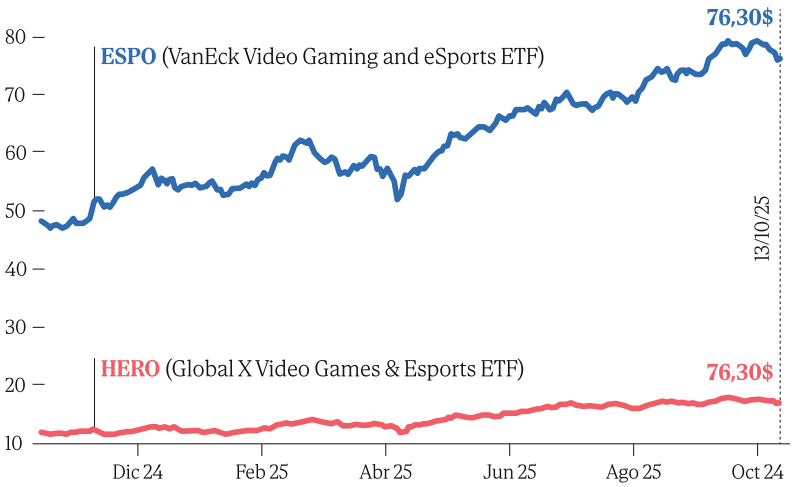
"En el eSport profesional, cuenta con un fuerte potencial de crecimiento de audiencia", reconoce Fraysse-Soulier. "Pero su modelo es frágil (patrocinio/medios dominantes, rentabilidad frecuentemente baja a nivel de equipos/ligas) y el riesgo elevado". Además, en 12 meses, el ETF VanEck ESPO superó notablemente al S&P 500 y al Nasdaq-100. Pero en tres a cinco años ha presentado un más bajo rendimiento en comparación con el Nasdaq-100, lo que supone un reflejo de la normalización post-covid.

A la hora de invertir en estos fondos desde España, también conviene tener en cuenta que algunas plataformas ofrecen estos productos a través de derivados. En la práctica, eso significa que en lugar de comprar participaciones reales del fondo, el inversor está contratando instrumentos como futuros o swaps que replican su comportamiento. "Esto introduce riesgo de contraparte, costes de financiación diaria y la posibilidad de que el producto no copie exactamente el índice, lo que se conoce como tracking error", señala Ávila, analista senior de IG. Además, algunos de estos derivados permiten operar con apalancamiento, es decir, invertir una cantidad mayor a la disponible. Puede aumentar los beneficios, pero también amplifica las pérdidas si el mercado se mueve en contra. La ESMA, regulador de los mercados europeos, advierte que los CFDs (contratos por diferencia) –un tipo de derivado– son productos complejos que generan pérdidas a aproximadamente el 80 % de los inversores.

Para reducir riesgos, los analistas recomiendan adoptar estrategias híbridas. Se puede comprar *opciones put* sobre el índice del sector, que funcionan como un seguro ante posibles caídas. Según Ávila, "otra alternativa es escalonar posiciones, mantener una parte en exposición directa y otra en derivados más conservadores", por lo que "la clave está en ajustar exposición gradual, no liquidar todo". Sin embargo, antes de cualquier exposición del capital, conviene seguir factores macro y regulatorios que podrían afectar la rentabilidad, como las políticas de *app stores* en Europa y EEUU, los límites de juego en China, así como la coyuntura económica, las tasas de interés, la fuerza del dólar y el ciclo del consumo. ■

Evolución del valor por participación de ESPO y HERO en un año

Valores liquidativos en USD



Fuente: Finect

Evolución global del sector de los videojuegos. En 2025, los ingresos han alcanzado los 188,8 mil millones de euros, de los que provienen la mayoría de plataformas en móvil, seguido de las consolas, según Newzoo.

46%

Crecimiento anual. El índice Gaming, creado por eToro con ocho empresa emblemáticas subió un 46% hasta junio, frente al 12% del S&P500.

50%

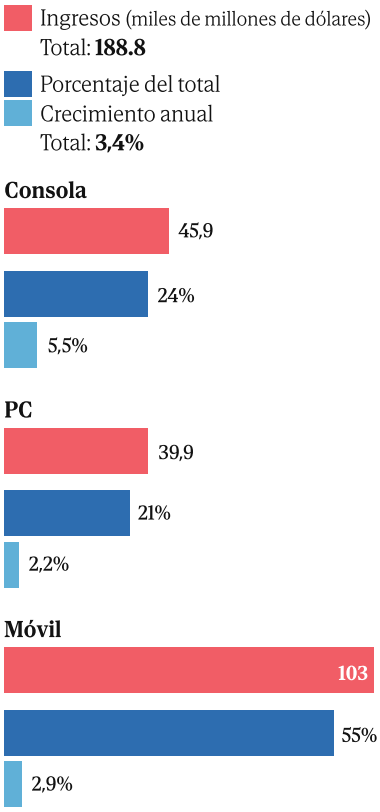
Rentabilidad. Es el porcentaje de crecimiento del fondo VanEck Video Gaming and eSports UCITS ETF en el último año, según el análisis de Finect.

27%

Rentabilidad. Es el porcentaje de crecimiento del fondo Global X Video Games & eSports UCITS ETF en el último año, según el análisis de Finect.

Ingresos globales del sector de videojuegos por plataforma

En 2025



Fuente: Newzoo

ABC

19 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 2,16-17
AVE: 88792 €
ÁREA: 2478 CM² - 167%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: ESPECIAL



LA GENERACIÓN ALFA CRECE VIENDO YOUTUBE Y CHARLANDO CON CHATGPT

Los hijos de los milenials son los primeros niños completamente digitales, están acostumbrados a la inmediatez y manejan los dispositivos tan bien como sus padres, que todavía guardan sus viejas PlayStation 3 como oro en paño



Por RODRIGO **ALONSO**





Celia cumplió 7 años la semana pasada, pero es capaz de manejar la tableta con la misma habilidad que sus padres. O puede que más. Pasa de una aplicación a otra en cuestión de segundos y desliza los dedos a toda velocidad por la pantalla mientras intenta superar un videojuego que se juega al ritmo de la música que suena. Su madre, Ester, la observa desde la alfombra del salón donde está sentada. Tiene 36 años, y cuando rondaba la edad de su hija lo más parecido a un iPad que había en su casa era una pesada tele de tubo. Corría 1996: en España solo había unos 350.000 usuarios anuales de internet, la primera PlayStation apenas llevaba unos meses ocupando los estantes del Alcampo y el 'Hostal Royal Manzanares', de Lina Morgan, reinaba las noches de los jueves en TVE con un 46,1% de audiencia.

Ahora Ester y Celia comparten el mismo espacio, pero no la misma mirada. Lo que para la primera fue una lluvia de revoluciones tecnológicas agolpadas a lo largo de tres décadas, para la segunda es, simplemente, la normalidad. «¿Por qué ahora tenemos teles normales y corrientes con internet y aplicaciones y vosotros no las teníais?», pregunta la niña. «Porque las tecnologías han cambiado, y lo normal para nosotros era que en las teles solo se pudiesen ver seis o siete canales», responde la madre; mientras Celia, con los ojos bien abiertos, parece intentar visualizar una realidad que, aunque parezca mentira, queda ya bastante lejana.

La niña forma parte de la llamada Generación Alfa, la de los nacidos a partir de 2010, hijos de esos milenials (adaptación del anglicismo 'millennial') que, en la adolescencia, vieron cómo los plúmbeos Nokia 3210 eran desterrados por los inteligentes iPhone; y cómo las redes sociales, con Tuenti y Facebook a la cabeza en España, empezaban a cambiar la forma en la que nos relacionamos. Celia, en cambio, solo conoce un mundo hiperconectado en el que parece que cualquier pregunta o solicitud puede tener respuesta de forma inmediata. Ya no hace falta escribir cartas, porque en el móvil está instalado el servicio de mensajería instantánea WhatsApp.

De la Game Boy a la Switch

«Estamos hablando de una generación sobre la que aún existen muchas dudas. No se ha publicado demasiada literatura y estudios al respecto y todavía son muy pequeños», explica a ABC Iñaki Ortega, director general de la agencia Llorente y Cuenca en Madrid y autor de libros centrados en el análisis de los milenials y los zeta, que son los que nacieron entre 1996 y 2010. En el futuro espera dedicarle otro a los alfa; por lo pronto, señala que se trata de una generación que destaca, especialmente por la necesidad de la inmediatez. De la celeridad.

«Se les llama mucho la generación 'touch', por haber crecido con las pantallas táctiles. Tienen una relación muy directa con la tecnología: todo lo que desean lo esperan conseguir al instante, porque están acostumbrados a que internet funcione así», apunta el experto.

Y es posible que sea así, o al menos esa es la sensación después de charlar un rato con Lucas, que es el hermano de Celia y tiene 10 años. Mientras habla, el niño sostiene en la mano su Nintendo Switch, que le «encanta», pero si tiene que elegir con qué jugar a videojuegos, él lo deja claro: «Con lo que más me gusta es con la

Mejor en la tableta y el móvil

A PESAR DE TENER CONSOLAS, LA MAYORÍA DE LOS NIÑOS PREFIEREN JUGAR EN LA TABLETA Y EN EL MÓVIL POR LA FACILIDAD PARA CAMBIAR DE 'APPS'

ABC

19 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 2,16-17
AVE: 88792 €
ÁREA: 2478 CM² - 167%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: ESPECIAL





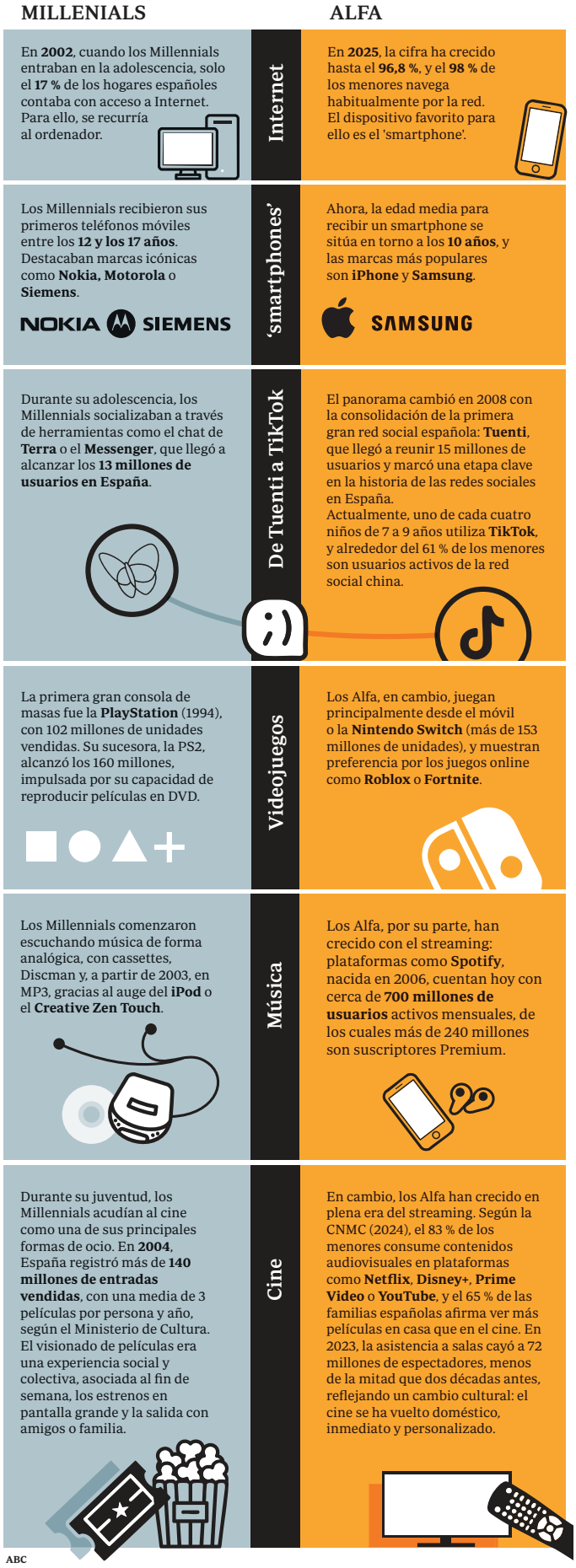
LOS DE LA GENERACIÓN Y AÚN CONSERVAN SU PASADO

Arriba, Diego y Ester muestran las consolas de su infancia acompañados por sus hijos. A la izquierda, Carlota usa su 'discman' mientras Victoria emplea su tableta para ver YouTube // TANIA SIEIRA

tableta». Y es lógico: en la tableta puede saltar de un juego a otro o de un vídeo a una canción sin esperas. En la consola, salvo que el título esté descargado, aún hay que levantarse, coger el cartucho e insertarlo.

«No tiene nada que ver con cómo jugábamos en nuestra época», observa su padre, Diego, que todavía conserva conectada a la televisión del salón su vieja PlayStation 3 de 2006; bien cerca de un buen puñado de videojuegos entre los que se encuentran 'clasicazos' como el primer 'Borderlands' o el 'God of War 3', para los que no hace falta red. Ester, a su lado, muestra su vieja Game Boy de pantalla verde y con un cartucho de 'Super Mario' insertado, que es con lo que comenzó. Y como ella, muchos otros, porque es una de las máquinas más populares de la historia con más de 118 millones de unidades comercializadas desde su lanzamiento en 1989.

Tanto a Celia como a Lucas les encanta matar el rato en YouTube. «Es muy fácil que pierdan la noción del tiempo. Les dices que pueden usarlo cinco minutos y, cuando te quieres dar cuenta, ha pasado una hora y ni se han enterado», señala el padre. También comenta que intentan que los niños



ABC

no tengan contacto con sus teléfonos. «Ya nos han preguntado alguna vez cuándo van a tener un móvil, pero tampoco son muy insistentes con el tema», añade Ester, que no tiene intención de darles uno hasta que cumplan 12. Una decisión más prudente que la media: según un estudio de Unicef, la edad promedio para el primer 'smartphone' es de 10,9 años.

IA para estudiar

Ni a Lucas ni a Celia les interesan las redes sociales. Con YouTube, en principio, tienen suficiente. Pero eso no se cumple en muchos otros alfa. Sobre todo en los que ya están más crecidos. Ese es el caso de Victoria, que está a punto de cumplir los 13 años, pero a los 9 ya le andaba «suplicando» a sus padres que le dieran un móvil. Finalmente, a los 11 años se hizo con un viejo Huawei.

«Mis compañeros de clase tienen iPhone y Samsung; yo quiero un móvil nuevo, pero de momento nada de nada», explica la adolescente. Actualmente, la única red social que le permiten tener sus padres es WhatsApp. TikTok lo tiene descargado, pero sin cuenta propia. Con todo, entra dentro de ese 61% de menores que usan actualmente la 'app' china, de acuerdo con un informe de Qustodio.

A pesar de las restricciones, Victoria tiene unos conocimientos tecnológicos más profundos que los de muchos adultos. Y es que empezó a trastear con los 'gadgets' bien temprano: «En el colegio ya nos daban tabletas en Primaria y hacíamos proyectos en el ordenador con internet». Ahora navega sobre todo en YouTube para buscar música y ve la mayoría de las películas en plataformas de 'streaming'. A ella también le gusta jugar, mucho. Como Lucas, tiene la Nintendo Switch, pero prefiere su móvil: «Me resulta muy cómodo. Juego a cosas como 'Fortnite', antes jugaba todos los días, pero ahora menos», dice Victoria.

La adolescente también usa ChatGPT y Gemini, que es la IA de Google. Normalmente, para entender mejor los deberes, «pero sin copiar nada». También le gusta charlar con la máquina. «Tengo a ChatGPT en WhatsApp, y cuando me aburro le pregunto cómo está y me pongo a charlar con él, como con un amigo», dice Victoria.

Su hermana Carlota nació en 1997, y aunque se encuentra en la frontera entre los milenials y los zetas se siente «muy 'boomer'», porque la tecnología no es lo suyo. «Aún me acuerdo de cuando usábamos los SMS y Messenger para chatear y del Hotmail para mandar correos. Si mi hermana ahora quiere estar en TikTok, en mi época yo me tenía que pelear con mis padres para estar en Facebook», recuerda. Y no necesita estar a la última, hasta hace dos días llevaba un iPhone 8 de 2017 en el bolsillo. Sigue conservando su 'discman' y algunos CD y VHS de la infancia; y se acuerda bien de lo que era ir al videoclub y grabar cintas. Todo muy milenial.

La Voz de Galicia

PAÍS: España
PÁGINAS: 56
AVE: 10450 €
ÁREA: 146 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 51959
OTS: 395000
SECCIÓN: OCIO

18 Octubre, 2025



CIBRÁN ISASI DIRECTOR

«Intentamos asomarnos a la presión del poder desde un punto de vista humano»

«La última llamada», de Movistar, habla de González, Aznar, Zapatero y Rajoy

B. P. L. REDACCIÓN / LA VOZ

Cuatro expresidentes del Gobierno, González, Aznar, Zapatero y Rajoy, relatan desde una perspectiva humana y personal la experiencia de ocupar el despacho con más poder y responsabilidad del país en la serie documental de Movistar Plus+ *La última llamada*. Creada por Álvaro de Cózar, está dirigida por Cibrán Isasi, realizador nacido en Mallorca y con raíces gallegas que reside en Nigrán. Cada uno de sus cuatro capítulos está dedicado a cada uno de estos exgobernantes, que solo se reunieron en un mismo espacio con ocasión del estreno, celebrado esta semana.



Cibrán Isasi, director de «La última llamada». M. MORALEJO

—Es la primera vez que cuatro expresidentes de la democracia participan en un mismo proyecto. ¿Fue difícil ponerlo en pie y convencerlos a ellos?

—Hay una parte inicial del proceso de creación en la que intervinieron los productores de Feelgood Media, Kowalski Films y True Story. Empezaron, cronológicamente, por Felipe González y este les dio el sí. A partir de ahí es más fácil, porque el siguiente piensa que también debería estar. El enfoque nunca fue el de analizar si lo que se hizo en cada período de gobierno estuvo bien o mal, sino el de asomarse a la complejidad de la gestión del poder. Cuando la óptica no es tan crítica, ellos se animan a contar sus cosas.

—La faceta humana y personal no es un aspecto que se suela tener en consideración en los políticos y presidentes.

—Para mí, uno de los aciertos de la serie es ese enfoque. Habrá gente que esperará más sal y pimienta y generará debate. Pero el enfoque se resume muy bien en el nombre, *La última llamada*, un concepto que comentó Felipe González sobre un teléfono que existe físicamente en la Moncloa. Cuando suena este teléfono, es porque el presidente es ya la última persona a la que recurrir para tomar ciertas decisiones. No hay nadie por encima. Entonces se trata de poner en valor, o de explicar al menos, que estar en esa situación no es sencillo y que, a pesar de estar sujetos a muchas críticas, han pasado por momentos de incertidumbre, de noches en vela, de tensión, de no saber qué hacer. Como dice Felipe González en su capítulo, muchas veces dudas, pero tienes que ser tú el que tome esa decisión. Toda esa presión que supone estar gestionando el poder es a lo que intentamos asomarnos desde un punto de vista humano.

—¿Es posible que el espectador empatice con todos ellos independientemente de su voto?

—Son personajes muy diferentes. No conocía personalmente a ninguno, pero hemos pasado un buen rato con ellos durante el rodaje. Los cuatro me parecieron bastante cercanos, muy educados y muy afables en el trato, pero son muy diferentes. Es difícil desnudar políticamente a un presidente. Están muy preparados y tienen mucha cintura a la hora de comentar lo que quieren comentar. Pero, como hay ya una cierta distancia con respecto a sus mandatos, hay varios momentos bastante mágicos en los que se muestra más a la persona que al personaje. Momentos que permiten entenderlos y comprender que muchas cosas se hicieron pensando que era lo mejor, independientemente de que hayan podido equivocarse o no.

—¿Cuál es el perfil de cada uno, según su experiencia?

—Sin entrar a analizar quién hizo qué, González es como si estuvieras hablando con un libro de historia. Es un tipo apasionante, creo, desde el punto de vista histórico, por lo que representa, lo que ha vivido, con una trayectoria enorme. Cuando estaba rodando y lo veía en el monitor, me daba la sensación de que yo mismo estaba viendo un documental ya acabado, porque es una autoridad política. Luego, Aznar es un personaje que parece muy seguro de todo lo que dice y seguramente lo está, no lo pongo en duda. Habla con una contundencia a veces dura desde el punto de vista del mensaje, y tiene clarísimas las cosas. Entonces, muestra menos ese lado humano. Fue el que menos se bajó del personaje de expresidente, porque tiene unas convicciones muy claras y se mantuvo firme. Eso no quita que no fuese muy interesante todo lo que nos contó y las reflexiones sobre su gestión. Por su parte, Zapatero puede parecer uno de los más afables, porque tuvo una permanente lucha por, como dice él, aparentar cierta normalidad. Todos hablan de ese síndrome de la Moncloa, una especie de sensación que los aleja de la realidad. Y, por último, Mariano Rajoy es quizás el menos vanidoso, en mi opinión. Independientemente de su gestión política, es el más cercano o el que más incómodo está en el papel de aparentar ser algo.

—A través de sus relatos personales, también recorre la historia reciente de España.

—Sí, desde el principio tuvimos esa sensación de estar haciendo una pieza audiovisual que se iba a concretar en un repaso de la democracia. Aunque tratábamos de darle esa óptica personal, en el fondo responde a los acontecimientos que ocurrieron a lo largo de los últimos 40 años en el país. No pretende ser una crónica histórica de la democracia ni de sus presidencias, pero se convierte un poco en eso. Está contado de una manera original, con muchos personajes muy interesantes alrededor de ellos, y es una especie de legado histórico. Es más, creo que es una serie muy interesante no solo como producto audiovisual de Movistar, sino también para que la vean los chavales en los colegios y conozcan qué pasó aquí.

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 37515 €
ÁREA: 413 CM² - 61%

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

19 Octubre, 2025



'La última llamada' ofrece un retrato humano de quienes han ocupado el despacho más poderoso del país, desde su llegada a la Moncloa hasta sus momentos más críticos

Viaje íntimo al poder a través de cuatro expresidentes



ROBERTO SASTRE

Mariano Rajoy, Felipe González, Marc Murtra (presidente de Telefónica), José María Aznar y José Luis Rodríguez Zapatero, durante la presentación de la nueva serie documental de Movistar Plus+

FRANCESC PUIG
Barcelona

Esta semana se produjo una imagen inédita: los últimos cuatro expresidentes del Gobierno de España –Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy–, reunidos en un mismo evento y posando juntos para un fotógrafo. El motivo fue la presentación de *La última llamada*, nueva serie documental de Movistar Plus+ que ofrece una mirada íntima y sin precedentes a los momentos más decisivos de estos cuatro protagonistas de la democracia española.

Dirigida por Álvaro de Cózar, la docuserie se estructura en cuatro episodios (uno por cada expresidente) y profundiza en los dilemas, decisiones solitarias y costes personales que marcaron sus mandatos. A través de entrevistas personales y testimonios de su entorno –familiares, asesores e incluso líderes internacionales como Tony Blair o Nicolas Sarkozy–, la producción recorre cuatro décadas clave de la historia reciente de España.

La última llamada toma su nombre de esos instantes críticos en los que un presidente debe tomar una decisión sin poder consultar a nadie, en soledad, enfrentando lo que el director llama "el momento de vértigo". Más allá del relato político, la docuserie busca mostrar al ser humano detrás del cargo. La intención era "romper el cartón piedra" de la imagen pública de los presidentes.

"Todos los ciudadanos teníamos una visión plana de ellos, la de los informativos o las fotos oficiales. Pero en cuanto pasas seis horas cara a cara con cada uno, te das cuenta de que hay una persona muy distinta ahí detrás", explica el periodista.

En declaraciones a *La Vanguardia*, Álvaro de Cózar reconoce que González fue el que más le intimidaba por su peso histórico: "Salía en mis libros de texto. Y luego me encontré con un hombre tímido, muy introspectivo, totalmente alejado de la imagen pública que proyecta". De Aznar destaca su "sentido del humor irónico" y una actitud de "desparpajo" sin complejos a la hora de justificar sus decisiones.

De Zapatero subraya su apertura emocional y capacidad para mostrar vulnerabilidad. Y de Rajoy, dice: "Está muy alejado del meme. Es una persona con capacidad de análisis que no se toma demasiado en serio. Probablemente, el más fácil para tomarse una cerveza y hablar de todo".

La producción se grabó en dos tandas, en abril y mayo, con entrevistas de tres horas a cada presidente. "Todos dijeron que sí al proyecto. Al principio, con preguntas, claro, pero en cuanto vieron que había detrás una plataforma sólida y una idea seria, se sumaron", señala el periodista. El reto fue logístico: encajar agendas, reunir más de 40 testimonios y conseguir la naturalidad en cámara.

La última llamada también busca "humanizar el liderazgo político" y mostrar a los expresidentes con una mirada serena. "Quien vea los cuatro episodios verá los últimos 40 años de este país y entenderá que muchas decisiones, con distancia, tienen una lógica. La historia, a veces, se escribe como si fuera un buen guion", concluye el director.●

CONFESIONES REVELADORAS

Felipe González: "Aún dudo si hice lo correcto"
González revela que a finales de los años ochenta tuvo la oportunidad de ordenar la eliminación de la cúpula de ETA, reunida en el sur de Francia, pero rechazó hacerlo por las consecuencias legales y diplomáticas. Aún hoy, confiesa, no está seguro de haber tomado la decisión correcta: "Podríamos haber salvado 50 o 60 vidas".

Aznar: "Yo no me equivoqué con Irak"
José María Aznar defiende su implicación en la guerra de Irak y la controvertida foto de las Azores, asegurando que actuó según la información que tenía en ese momento. "Yo no me equivoqué", afirma. También niega que su gobierno mintiera tras los atentados del 11-M.

Zapatero y la amenaza de "convertir España en Vietnam"
Zapatero rememora una dura noche durante las negociaciones con ETA en el 2006. El líder etarra Thierry amenazó con "convertir España en Vietnam" y que haría explotar varias bombas si no hablaba directamente con él. Zapatero no cedió al chantaje. "Fue una de las pocas noches que pasé completamente en blanco".

Rajoy: "Quizá debí estar en el Congreso aquel día"
Rajoy reflexiona sobre su polémica ausencia en el Congreso durante la moción de censura del 2018 tras la sentencia del caso Gürtel: "Quizá tenía que haber estado". En la docuserie también se explora cómo usó su característica ambigüedad –sus "respuestas a la gallega"– como escudo estratégico durante la crisis del euro.

La Vanguardia - Catalán

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 37515 €
ÁREA: 413 CM² - 61%

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

19 Octubre, 2025



'La última llamada' ofereix un retrat humà dels que han ocupat el despatx més poderós del país, des de l'arribada a la Moncloa fins als moments més crítics

Viatge íntim al poder a través de quatre expresidents



ROBERTO SASTRE

Mariano Rajoy, Felipe González, Marc Murtra (president de Telefónica), José María Aznar i José Luis Rodríguez Zapatero durant la presentació de la nova sèrie documental de Movistar Plus+

FRANCESC PUIG
Barcelona

A questa setmana hi va haver una imatge inèdita: els últims quatre expresidents del Govern d'Espanya –Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero i Mariano Rajoy– reunits en un mateix esdeveniment i fotografiant-se junts per a un fotògraf. El motiu va ser la presentació de *La última llamada*, nova sèrie documental de Movistar Plus+ que ofereix una mirada íntima i sense precedents als moments més decisius d'aquests quatre protagonistes de la democràcia espanyola.

Dirigida per Álvaro de Cózar, la docusèrie s'estructura en quatre episodis (un per cada expresident) i aprofundeix en els dilemes, les decisions solitàries i els costos personals que van marcar els seus mandats. Mitjançant entrevistes personals i testimonis del seu entorn –familiars, assessors i, fins i tot, líders internacionals, com ara Tony Blair o Nicolas Sarkozy–, la producció recorre quatre dècades clau de la història recent d'Espanya.

La última llamada pren el nom dels instants crítics en què un president ha de prendre una decisió sense poder-la consultar amb ningú, tot sol, enfrontant el que el director anomena "el moment de vertigen". Més enllà del relat polític, la docusèrie vol mostrar l'ésser humà que hi ha darrere del càrrec. La intenció era "trencar el cartó pedra" de la imatge pública dels presidents.

"Tots els ciutadans en teníem una visió plana, la dels informatius o les fotos oficials. Però quan passes sis hores cara a cara amb cadascun, t'adones que hi ha una persona molt diferent darrere", explica el periodista.

En declaracions a *La Vanguardia*, Álvaro de Cózar reconeix que González era qui l'intimidava més pel seu pes històric: "Sortia als meus llibres de text. I després em vaig trobar amb un home tímid, molt introspectiu, totalment allunyat de la imatge pública que projecta". D'Aznar en destaca el "sentit de l'humor irònic" i una actitud de "desimboltura" sense complexos a l'hora de justificar les seves decisions.

De Zapatero en subratlla l'obertura emocional i la capacitat per mostrar vulnerabilitat. I de Rajoy, diu: "Està molt allunyat del mem. És una persona amb capacitat d'anàlisi que no es pren gaire seriosament. Probablement, el més fàcil per fer una cervesa i parlar de tot".

La producció es va gravar en dues tandes, a l'abril i al maig, amb entrevistes de tres hores a cada president. "Tots van dir que sí al projecte. Al principi amb preguntes, esclar, però quan veure que darrere hi havia una plataforma sòlida i una idea seriosa, s'hi van unir", indica el periodista. El repte va ser logístic: encaixar agendes, reunir més de 40 testimonis i aconseguir la naturalitat a la càmera.

La última llamada vol "humanitzar el lideratge polític" i mostrar els expresidents amb una mirada serena. "Qui miri els quatre episodis veurà els últims 40 anys d'aquest país i entendrà que moltes decisions, amb distància, tenen part de lògica. La història, de vegades, s'escriu com si fos un bon guió", conclou el director de la docusèrie.●

CONFESSIONS REVELADORES

Felipe González: "Encara dubto de si vaig fer el que era correcte"
González revela que a finals dels anys vuitanta va tenir l'oportunitat d'ordenar l'eliminació de la cúpula d'ETA, reunida al sud de França, però ho va rebutjar per les conseqüències legals i diplomàtiques. Fins i tot avui, revela, no està segur d'haver pres la decisió correcta: "Podríem haver salvat 50 o 60 vides".

Aznar: "No em vaig equivocar amb l'Iraq"
José María Aznar defensa la seva implicació en la guerra de l'Iraq i la controvertida foto de les Açores, i assegura que va actuar segons la informació que tenia aleshores. "No em vaig equivocar", afirma. També nega que el seu govern mentís després dels atemptats de l'11-M.

Zapatero i l'amenaça de "convertir Espanya en el Vietnam"
Zapatero rememora una dura nit durant les negociacions amb ETA el 2006. El líder etarra Thierry va amenaçar de "convertir Espanya en el Vietnam" i que faria explotar diverses bombes si no hi parlava directament. Zapatero no va cedir al xantatge. "Va ser una de les poques nits que vaig passar completament en blanc".

Rajoy: "Potser hauria d'haver anat al Congrés aquell dia"
Rajoy reflexiona sobre la polèmica absència al Congrés durant la moció de censura del 2018 després de la sentència del cas Gürtel: "Potser hi havia d'haver anat". A la docusèrie també s'explora com va utilitzar la seva característica ambigüitat –les seves "respostes a la gallega"– com a escut estratègic durant la crisi de l'euro.

La Voz de Galicia

PAÍS: España
PÁGINAS: 56
AVE: 2090 €
ÁREA: 5 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 51959
OTS: 395000
SECCIÓN: OCIO

18 Octubre, 2025



MIRA Y VERÁS

Felipe dejó a Guerra por carta

Sandra Faginas

Muy recomendable es la nueva serie de Movistar + *La última llamada*, en la que los cuatros últimos expresidentes de España, González, Aznar, Zapatero y Rajoy, cuentan en primera persona cómo afrontaron la soledad del poder en momentos especialmente delicados. Hay muchas razones para verla —la relevancia de lo que se relata, el testimonio directo de los protagonistas o el repaso de hechos históricos como el 11-M, la guerra de Irak, el asesinato de Miguel Ángel Blanco o la crisis del 2008—, pero el gran acierto es, sobre todo, cómo el entorno y los propios presidentes dejan entrever su personalidad. Sobresale el caso de Felipe González, que desde el inicio se vio obligado a desdoblarse y abandonar a Felipe para convertirse en González. Detrás de esa imagen del político carismático y locuaz se esconde un hombre muy muy solitario, extremadamente tímido, marcado por las carencias de una niñez dura y mucho más inseguro de lo que aparenta. «El hijo del vaquero», que llegaba a las reuniones oliendo a establo, se agarró a Guerra para no tambalearse, porque, si algo le costaba —dicen los íntimos—, era enfrentar el cara a cara. Guerra era el que iniciaba las conversaciones que llevaban a la destitución de los ministros, porque a Felipe se le atragantaba. Lo cuenta Guerra, que destripa parte de su compleja relación a lo largo de décadas. Felipe, cuando se vio en la tesitura de romper con él, no pudo mirarlo a la cara. Lo despachó por carta.

ABC

19 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 43
AVE: 35092 €
ÁREA: 387 CM² - 66%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: ECONOMIA



CON PERMISO

La opa del 'síndrome de Münchhausen'

Los efectos perversos de lo ocurrido entre el BBVA y el Sabadell no han hecho más que empezar a asomar. Una suerte de Stanlingrado para Torres y de victoria quizás pírrica para Oliu tras tanta lucha, que se estudiará en las escuelas de negocios como un manual de un sinsentido colectivo



MARÍA JESÚS PÉREZ

En febrero de 2011 se lanzaba el **Consejo Empresarial de la Competitividad**. La **CEC**, como se la conocía familiarmente, nacía con el noble propósito declarado de impulsar la recuperación económica y fortalecer la confianza internacional en **España**. Un propósito ulterior, menos reconocido, animaba a la organización: la unión hace la fuerza y dirige la opinión pública donde más convenga, que el que paga (y se anuncia) manda.

Unos años después la **CEC** agonizaba acusada de **gobierno** en la sombra y dividida por egos e intereses imposibles de conciliar bajo un mismo acrónimo. «Quien quiera dirigir un país que se presente a las elecciones y las gane», se le escuchó decir a **Mariano Rajoy**, entonces **presidente del Ejecutivo**, harto de disputar la cuota de poder con quienes consideraba jugaban a gobernar desde plantas nobles y no arriesgaban más que el dinero de sus accionistas.

Hoy, la **CEC** no está muerta. Está mal enterrada. Lo sucedido en el último año y medio con la opa del **BBVA** sobre el **Banco Sabadell** demuestra muchas cosas; también un delirio colectivo hasta el punto de hacer creer a la opinión pública y publicada que **Carlos Torres**, **presidente** del banco de origen vasco, tenía ganada la partida a **Josep Oliu**, **presidente** del catalán. Hasta diría que el propio **Torres** llegó a creérselo a fuerza de 'raca raca'.

Ahí llegamos a un punto crítico que sin duda será analizado por expertos sociólogos, comunicólogos y algún que otro psiquiatra. Cuando se confunde el plano real, el del negocio, con el plano de la comunicación se produce un efecto adverso severo en las organizaciones que encaja con el 'síndrome de **Münchhausen**' corporativo basado en múltiples padecimientos a consecuencia de crear dolencias para asumir el papel de enfermo.

Resumiendo, cuando el negocio o la idea en cuestión están gripados y desde el posicionamiento público se encharca el terreno de análisis con recursos ingentes destacando la excelente marcha de las cosas, el resultado es un trastorno ficticio en el que se ahoga la verdad y todos se autoconvencen de lo contrario a lo que saben.

El **presidente del BBVA** sabía desde el principio que una operación como esa planteada de esa forma no sale nunca. Tras encharcar la partitura con himnos de guerra acabó como el noble inglés que da nombre al mencionado trastorno, dando por bueno lo que era malo. Lean si no los titulares que el propio **Torres** y su **CEO**, el turco **Onur Genç**, dejaron días antes de la resolución.

Ahí queda para el recuerdo la llamada Oficina para la integración. Desintegrada, como su titular, **Jordi García Bosch**. He ahí un atenuante del paisaje para después de una guerra: efectivamente llegaron a creerse que habría una integración que solo existía en sus comunicados de prensa y 'statements', apenas una carta a los **Reyes Magos** visto lo visto.

Una da por hecho que no tenían tiempo de leerse lo más granado en literatura de Comunicación corporativa para toma de decisiones, pero habría bastado con aplicarse la frase de **Rafael Guerra 'Guerrita'**: «Lo que no puede ser no puede ser, y además es imposible».

Ahora quedan sobre la mesa días, semanas, meses de devastadores efectos de una opa que nunca pasó de la categoría de espejismo (25,4% de aceptación), daños que sin duda llegarán con movimientos en diferido para vencedores y vencidos, que ahora el independentismo correrá a cobrarse su alícuota parte del dolor causado al **BBVA**, y el **PNV** ya ha salido a apiadarse paternalmente del caído, que es la forma de decirle a **Torres** que vuelva al redil y que ellos se ocupan, que vea cómo tienen contra las cuerdas a todo un **Gobierno** de **España** por unos pocos escaños.



Carlos Cuerpo conversa con Carlos Torres y Josep Oliu // EP

Lo propio estará haciendo ya **Josep Sánchez Llibre**, que son décadas de veteranía en el arte de comerse una y contar diez, y el sinuoso **ministro de Economía, Carlos Cuerpo**, recordando a todos que él metió el palo más grueso en la rueda de la opa.

En el aire de **Las Tablas** quedan también preguntas como ¿por qué **Torres** no siguió adelante hasta completar el mínimo del 30% en el mercado? O, ¿de verdad no tenían los informes objetivos de los grandes fondos sobre el estado real de las adhesiones? Quizás haya sido el **Consejo** del banco, el mismo tras el que **Torres** y **Genç** aseguran que mantiene su permanencia el que haya apretado el botón rojo y haya puesto fin al frenesí grupal? Quién sabe.

Respecto a lo segundo, pues ya se sabe que la información es poder y aquí parece que el banco vallesano la tenía mejor. En la cena del **premio Planeta**, miércoles noche, el **CEO del Sabadell, César González-Bueno,** era el centro de los comentarios por su cara relajada y su sonrisa de 'partido ganado', mientras en **Madrid** seguían calculadora en mano en la sede del banco azul.

Así, confundiendo comunicación con negocio, velocidad con tocino, unos creyeron que ganaban mientras otros todavía no se creen haber ganado. A la falta de respaldo institucional (**Ministerio de Economía**, **CNMV** y, por supuesto la distancia calculada de **Bruselas**) y un 'timing' kafkiano se ha unido que el **BBVA** solo ha sido capaz de apostar por un despliegue de asesores externos que contribuyó al fatídico síndrome de 'potaje mental'. ¿Quién diseñó las sorpresivas apariciones radiofónicas de **Torres?** ¿A quién se le ocurrió el vídeo del **presidente** felicitando a los equipos tras conocerse el fracaso? ¿Y la rueda de prensa del viernes haciendo chascarrillos sobre las hipotéticas destituciones?

Ahora ya nos podríamos imaginar al **exministro** socialista **José (Pepiño) Blanco**, **fundador** de la consultora **Acento**, corre que te corre por pasar un nuevo plan de acción posopa para seguir facturando y tener algo en lo que entretenerse ahora que no quiere ni acercarse a **Rodríguez Zapatero**, testigo negativo de tiempos de ensoñaciones, marcado por **Donald Trump** por sus conexiones con **Nicolás Maduro**. Total, para la foto de **ZP** ya está **Movistar Plus+** y esa profética **«Última llamada»** para más de uno.

HERALDO DE ARAGÓN

PAÍS: España
PÁGINAS: 48
AVE: 1430 €
ÁREA: 11 CM² - 10%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 20100
OTS: 114000
SECCIÓN: ULTIMA

18 Octubre, 2025



LA COLUMNA

| Carmen Puyó

'La última llamada'

Con la crispación política que vivimos, recibo como un bálsamo 'La última llamada', serie que ha estrenado Movistar+ en la que se repasa la historia de cuatro expresidentes del gobierno de España. Por ella pasan Felipe González -con sus defectos y virtudes, errores y aciertos, sigo sintiendo debilidad por él-, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy.

La producción pretende, y yo diría que lo hace muy bien, retratar hoy a quienes gobernaron la España democrática a lo largo de unas cuantas décadas. Nos acerca a lo que cada uno de ellos sintió al llegar al poder y el peso del mismo, a los momentos que recuerdan con más intensidad, entre ellos esa 'llamada' que da título a la serie y que acabó siendo la más importante de su mandato. Pudo ser aquella que le indicaba a González que tenían localizada a la cúpula de ETA; la muerte de Miguel Ángel Blanco y su respuesta a la autoría del 11-M, en el de Aznar; la crisis económica y las negociaciones con ETA y Thierry, en el de Zapatero; y el 1 de octubre de 2017 en Cataluña, con la aplicación del 155 para Rajoy.

Casi todo lo que se cuenta en 'La última llamada' lo sabemos. Pero lo que importa de esta serie es que nos muestra a cuatro expresidentes más humanos que nunca -a unos más que otros- y a los que podemos llegar a entender, aunque estemos en las antípodas, cuando nos explican desde el sosiego y la madurez porqué tomaron una decisión o se empeñaron en negar determinadas evidencias. Son cuatro expresidentes cargados de experiencia, unos asumiendo sus errores, otros, tergiversando alguna verdad. Pero exgobernantes, al fin y al cabo, que acumulan conocimiento e historia.

LA RAZÓN
Televisión

«La última llamada»: Cuatro odas y algún funeral

La serie documental de Movistar Plus+ reúne a los cuatro últimos presidentes del Gobierno para repasar sus legislaturas



Adrián Cámara Madrid Creada: 17.10.2025

A Nick Furia, el personaje de Samuel L. Jackson en las películas de Los Vengadores, le lleva tiempo, sudor y lágrimas reunirlos a todos —y eso que vemos solo una parte, librándonos de horas de negociación y de intentar convencerles—. Nosotros aquí, en España, no tenemos Vengadores, ni a Samuel L. Jackson, pero el esfuerzo que ha hecho Movistar Plus+ para «La última llamada» no ha debido quedarse atrás.

Desde que terminó la dictadura, en 1975, el país ha tenido siete presidentes del Gobierno. Dos de ellos —Adolfo Suárez y Leopoldo Calvo-Sotelo— ya fallecieron, y otro —Pedro Sánchez— sigue en el cargo, por lo que nos quedan cuatro en condiciones de hablar y de hacerlo con la perspectiva que da el mandato terminado: Felipe González (1982-1996), José María Aznar (1996-2004), José Luis Rodríguez Zapatero (2004-2011) y Mariano Rajoy (2011-2018). Todos ellos son los protagonistas de la nueva serie documental de la plataforma de Movistar, dirigida por Álvaro de Cózar y en la que cada uno cuenta con un capítulo propio, monográfico, en el que repasa su legislatura, haciendo al mismo tiempo un recorrido por los últimos 45 años de la historia de España. No están solos, porque como en aquellos días como mandatarios les acompañan voces de confianza —vicepresidentes, ministros, miembros de sus gabinetes o familiares — que complementan el relato, y entre los que encontramos nombres como Alfonso Guerra, Ana Botella, José Bono y

nombres internacionales como el ex primer ministro británico Tony Blair o el expresidente francés Nicolas Sarkozy.

Es imposible negar el gran valor histórico de «La última llamada». A esta variedad de testimonios hay que sumarle un enorme trabajo de archivo —tanto fotográfico como de vídeo— con el que se repasan los acontecimientos más importantes a nivel político por los que ha pasado nuestro país las últimas cuatro décadas. Ver la evolución del terrorismo de ETA, del papel internacional de España, de la economía o del sentir social es un lujo, y seguramente sirva para que aquellos que han vivido los cuatro mandatos los recuerden y para que aquellos que no —mi caso, yo viví tres, y uno de ellos de refilón— aprendan.

El problema es que todo tiene un precio, y la hazaña de poner a hablar a González, Aznar, Zapatero y Rajoy no es menos. En el caso de De Cózar y su equipo, seguramente el precio haya sido no poder confrontar de una forma más directa a sus protagonistas sobre los asuntos más delicados de sus legislaturas —los GAL y la contradicción con la OTAN para González; la intervención en Irak y el empecinamiento con el 11M para Aznar; las negociaciones con ETA y el golpe de la crisis para Zapatero y el referéndum de Cataluña y el agolpamiento de casos de corrupción para Rajoy—. No es que esos temas se eviten, nada más lejos, pero la única versión que ofrece el documental es la de sus protagonistas o sus afines, lo que resta valor crítico a un producto que, dicho sea todo, no se ha vendido como tal y con el que no sabemos si sus creadores tenían esa intención.

La intención que sí tiene «La última llamada», porque así lo manifiesta en su arranque, es la de ofrecer un retrato íntimo del poder, la de intentar ponernos en la piel del máximo responsable de tomar decisiones trascendentales para el futuro del país. Este mundo «entre bambalinas» está, se nos cuenta la vida en La Moncloa —con la intervención de sus empleados—, cómo se compagina lo personal con la presidencia, y la realidad emocional detrás de algún momento especialmente tenso, como el secuestro y asesinato de Miguel Ángel Blanco, las negociaciones con el impredecible Thierry o la huelga general de 1988. Sin embargo, sabe a poco, y uno no deja de tener la sensación de estar viendo algo así como una página de Wikipedia con comentarios del director. Pero claro, la página es tan interesante, y los directores tan señalados, que merece la pena la lectura.

S Moda

1 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-91
AVE: 103950 €
ÁREA: 9402 CM² - 385%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 163759
OTS: 1027000
SECCIÓN: MAGAZINE





VOCACIÓN DE ESTRELLA

Apareció en un *casting* entre más de 600 chicas y canta en un coro como su personaje, una aspirante a monja. Pero ahora, tras debutar como protagonista en *Los domingos*, de Alauda Ruiz de Azúa, reciente Concha de Oro en el Festival de San Sebastián, Blanca Soroa siente otra llamada.

Texto IRENE CRESPO *Fotos* MIRTA ROJO *Estilismo* PAULA DELGADO

S Moda

1 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-91
AVE: 103950 €
ÁREA: 9402 CM² - 385%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 163759
OTS: 1027000
SECCIÓN: MAGAZINE





Blanca Soroa lleva chaleco en *jacquard* de algodón y pantalón con cinturón en lana y seda y bailarinas Pebble Soft, todo de LOEWE.

En la página siguiente, con camisa de algodón de CELINE y pendiente y pendiente *earcuff,* ambos de TOUS.

S Moda

1 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-91
AVE: 103950 €
ÁREA: 9402 CM² - 385%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 163759
OTS: 1027000
SECCIÓN: MAGAZINE



El subtexto es lo que no se dice en un texto. Todo aquello que emerge de las palabras sin necesidad de usarlas. Es todo lo que hay por debajo de un guion y que pone los cimientos de un personaje a partir de los que las actrices y actores trabajan. El subtexto fue lo más difícil para Blanca Soroa (A Coruña, 17 años) cuando se enfrentó a su primera película, su primer personaje, absoluta protagonista. En *Los domingos,* reciente Concha de Oro en el Festival de San Sebastián, ella es Ainara, una joven de su misma edad hoy que de repente un día anuncia a su familia que quiere ser monja de clausura. Las reacciones que despierta en su padre, su tía, su abuela, sus hermanas y sus amigos son el centro de la última película de Alauda Ruiz de Azúa *(Cinco lobitos, Querer).* Entre la sobrina que quiere ingresar en el convento y la tía que no cree en Dios (interpretada por Patricia López Arnaiz, de *Los destellos, 20.000 especies de abejas)* entran muchos matices, muchas ideas, muchas posibles respuestas que la directora no quiere guiar en el espectador. Si algo hace el filme, como ya se vio durante el festival donostiarra, es plantear la pregunta: ¿y tú qué harías?

Cuestión ante la que Blanca, tampoco tiene respuesta. "No he tenido ninguna experiencia vocacional cercana a la que se plantea en la película", reconoce, "si alguna vez una amiga mía me hablase acerca de su vocación de ser monja sería algo que desde luego me sorprendería porque no es algo habitual actualmente. Yo creo que la película generará un debate interesante sobre esta cuestión también en gente de mi edad".

La fe, la religión, sus creencias o visiones personales no eran lo fundamental para entender el subtexto de su personaje. "Hablamos mucho de por qué o cómo sería sentir eso, a qué sería equivalente. En cuanto a emoción, a sensación de amor", recuerda mirando a su directora, que la ha querido arropar en su primera producción para prensa. Para lograr que entendiera esas emociones y pudiera transmitirlas hicieron falta muchos ensayos y juegos, "como el juego de los secretos", revela Alauda. "En dos vasitos ponían papelitos con secretos y teníamos que coger uno que podía ser 'me pones nerviosa' o 'estoy enfadada contigo' e interpretarlo para que el otro lo adivinara". "Era una manera muy bonita de entender lo que era el subtexto, que es lo que tú sientes... Aunque digas una cosa, estás sintiendo otra", continúa la directora. Blanca asiente, siempre sonriendo, con ojos muy abiertos de curiosidad, una calma impresionante —"Es que no me suelo poner nerviosa", admite, ni en su primer día de rodaje, ni en estas fotos o esta entrevista, las primeras que hizo antes de San Sebastián— y la misma luz que transmite en la película, en la que prácticamente ocupa cada plano. "Recuerdo que me dijiste que un día llegaría al rodaje y me convertiría en Ainara", dice emocionada. Y más o menos así le ocurrió, le ayudó hablar "con otras chicas sobre su proceso de discernimiento y su vocación". "Para nosotros fue muy importante entender que para ellas era como un abrazo, como un día de verano...", comenta la cineasta y vuelve a su actriz revelación, a la que nada le parecía "muy complicado, solo un poco loco". Pero Alauda lo rebate: "Creo que ha hecho una cosa muy difícil, es una chica con una conexión espiritual que no es lo habitual".

Probablemente fue eso lo que saltó en los *castings,* algo no habitual; Blanca Soroa apareció entre más de 600 chicas que llegaron a ver en pruebas de calle y colegios. Ella respondió al anuncio que llegó al suyo, pensando que sería para ir de figuración. "Siempre me apunto, aunque nunca me salía nada porque no suelen ser mis perfiles...", admite. Pero esta vez fue distinto. "La primera prueba fue como una entrevista y fui pasando, hice una improvisación como de ocho minutos que me dijeron que no era lo normal, que la gente suele hacer de un minuto", relata, se encoge de hombros y se ríe. Y siguió haciendo pruebas, rápidas y muy seguidas, ya con guiones, como el de la escena en la que confiesa su vocación, y ella, en mitad del curso de primero de Bachillerato, ensayaba en el baño. Todo funcionó, la escogieron. No había hecho nada de interpretación hasta el momento, no tenía planes de ser actriz. Aunque sí canta, como lo hace su personaje, en un coro, Kantika, y empezó en el conservatorio con seis años, cuando aún vivía en A Coruña. A sus 11 años la familia se mudó a Getxo, donde siguen y donde Blanca siguió siendo una buena estudiante, apuntándose a muchas extraescolares, siempre algo artísticas... Aunque eso lo ha pensado ahora: que recuerde especialmente una clase en la que hablaban de los tipos de planos en el cine o que para las exposiciones en clase siempre decida grabarse, que se aprenda de memoria los diálogos de sus películas favoritas (entre las que cita *Una rubia muy legal* o *El olivo)* y de series y que se grabara recitándolos... "Los que más me sé son los de *Paquita Salas",* se ríe, "porque me hace mucha gracia". Que su tía sea la maquilladora de actores Paula Soroa... Todo son pistas que lee ahora. También que la primera prueba la hiciera el día de su 16 cumpleaños y la película se estrenara en Donosti cuando cumplía 17.

Habla francés, inglés, algo de italiano y alemán, estudia segundo de Bachillerato científico porque su idea era hacer medicina, pero ahora... "No lo sé, estoy viendo a ver qué decidir... Lo pienso y si soy médico no voy a ser infeliz... pero no sé, a veces me imagino en el set de *Los domingos* o en una sala de urgencias, y me veo un poco más feliz en el set de *Los domingos".* Cada uno que saque su subtexto. ●

"YO CREO QUE LA PELÍCULA GENERARÁ UN DEBATE INTERESANTE TAMBIÉN EN GENTE DE MI EDAD"

S Moda

1 Noviembre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 88-91
AVE: 103950 €
ÁREA: 9402 CM² - 385%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 163759
OTS: 1027000
SECCIÓN: MAGAZINE





Jersey y falda de la colección de GLENN MARTENS y H&M y zapatos de BIMBA Y LOLA.

Maquillaje y peluquería: Miguel Ángel Tragacete (The Crew Art) para Dior Beauty y Kevin Murphy Spain. Producción: Cristina Serrano. Asistente de fotografía: Juan Martínez. Asistente de estilismo: Mikel Andrés. Asistente de producción: Marina Marco.

EL PAÍS

S MODA

MODA · PASARELAS · BELLEZA · FAMOSOS · FEMINISMO · PLACERES · TRABAJO · BIENESTAR

ACTRICES

Blanca Soroa: “Si alguna amiga me dice que quiere ser monja me sorprendería mucho”

Apareció en un ‘casting’ entre más de 600 chicas y canta en un coro como su personaje, una aspirante a monja. Pero ahora, tras debutar como protagonista en ‘Los domingos’, de Alauda Ruiz de Azúa, reciente Concha de Oro en el Festival de San Sebastián, Blanca Soroa siente otra llamada



La actriz Blanca Soroa, protagonista de 'Los domingos'. Mirta Rojo

IRENE CRESPO 20 OCT 2025 - 05:30 CEST

El subtexto es lo que no se dice en un texto. Todo aquello que emerge de las palabras sin necesidad de usarlas. Es todo lo que hay por debajo de un guion y que pone los cimientos de un personaje a partir de los que las actrices y actores trabajan. El subtexto fue lo más difícil para Blanca Soroa (A Coruña, 17 años) cuando se enfrentó a su primera película, su primer personaje, absoluta protagonista. En Los domingos, reciente Concha de Oro en el Festival de San Sebastián, ella es Ainara, una joven de su misma edad hoy que de repente un día anuncia a su familia que quiere ser monja de clausura.



Blanca Soroa lleva chaleco en jacquard de algodón y pantalón con cinturón en lana y seda y bailarinas Pebble Soft, todo de LOEWE. MIRTA ROJO

Las reacciones que despierta en su padre, su tía, su abuela, sus hermanas y sus amigos son el centro de la última película de Alauda Ruiz de Azúa *(Cinco lobitos, Querer)*. Entre la sobrina que quiere ingresar en el convento y la tía que no cree en Dios (interpretada por Patricia López Arnaiz, de *Los destellos, 20.000 especies de abejas)* entran muchos matices, muchas ideas, muchas posibles respuestas que la directora no quiere guiar en el espectador. Si algo hace el filme, como ya se vio durante el festival donostiarra, es plantear la pregunta: ¿y tú qué harías?

Cuestión ante la que Blanca, tampoco tiene respuesta. "No he tenido ninguna experiencia vocacional cercana a la que se plantea en la película", reconoce, "si alguna vez una amiga mía me hablase acerca de su vocación de ser monja sería algo que desde luego me sorprendería porque no es algo habitual actualmente. Yo creo que la película generará un debate interesante sobre esta cuestión también en gente de mi edad".

La fe, la religión, sus creencias o visiones personales no eran lo fundamental para entender el subtexto de su personaje. "Hablamos mucho de por qué o cómo sería sentir eso, a qué sería equivalente. En cuanto a emoción, a sensación de amor", recuerda mirando a su directora, que la ha querido arropar en su primera producción para prensa. Para lograr que entendiera esas emociones y pudiera transmitirlas hicieron falta muchos ensayos y juegos, "como el juego de los secretos", revela Alauda. "En dos vasitos ponían papelitos con secretos y teníamos que coger uno que podía ser 'me pones nerviosa' o 'estoy enfadada contigo' e interpretarlo para que el otro lo adivinara". "Era una manera muy bonita de entender lo que era el subtexto, que es lo que tú sientes… Aunque digas una cosa, estás sintiendo otra", continúa la directora. Blanca asiente, siempre sonriendo, con ojos muy abiertos de curiosidad, una calma impresionante —"Es que no me suelo poner nerviosa", admite, ni en su primer día de rodaje, ni en estas fotos o esta entrevista, las primeras que hizo antes de San Sebastián— y la misma luz que transmite en la película, en la que prácticamente ocupa cada plano. "Recuerdo que me dijiste que un día llegaría al rodaje y me convertiría en Ainara", dice emocionada. Y más o menos así le ocurrió, le ayudó hablar "con otras chicas sobre su proceso de discernimiento y su vocación". "Para nosotros fue muy importante entender que para ellas era como un abrazo, como un día de verano…", comenta la cineasta y vuelve a su actriz revelación, a la que nada le parecía "muy complicado, solo un poco loco". Pero Alauda lo rebate: "Creo que ha hecho una cosa muy difícil, es una chica con una conexión espiritual que no es lo habitual".

Probablemente fue eso lo que saltó en los *castings,* algo no habitual; Blanca Soroa apareció entre más de 600 chicas que llegaron a ver en pruebas de calle y colegios. Ella respondió al anuncio que llegó al suyo, pensando que sería para ir de figuración. "Siempre me apunto, aunque nunca me salía nada porque no suelen ser mis perfiles…", admite. Pero esta vez fue distinto.



Jersey y falda de la colección de GLENN MARTENS y H&M y zapatos de BIMBA Y LOLA. MIRTA ROJO

“La primera prueba fue como una entrevista y fui pasando, hice una improvisación como de ocho minutos que me dijeron que no era lo normal, que la gente suele hacer de un minuto”, relata, se encoge de hombros y se ríe. Y siguió haciendo pruebas, rápidas y muy seguidas, ya con guiones, como el de la escena en la que confiesa su vocación, y ella, en mitad del curso de primero de Bachillerato, ensayaba en el baño. Todo funcionó, la escogieron. No había hecho nada de interpretación hasta el momento, no tenía planes de ser actriz. Aunque sí canta, como lo hace su personaje, en un coro, Kantika, y empezó en el conservatorio con seis años, cuando aún vivía en

A Coruña. A sus 11 años la familia se mudó a Getxo, donde siguen y donde Blanca siguió siendo una buena estudiante, apuntándose a muchas extraescolares, siempre algo artísticas… Aunque eso lo ha pensado ahora: que recuerde especialmente una clase en la que hablaban de los tipos de planos en el cine o que para las exposiciones en clase siempre decida grabarse, que se aprenda de memoria los diálogos de sus películas favoritas (entre las que cita *Una rubia muy legal* o *El olivo)* y de series y que se grabara recitándolos… "Los que más me sé son los de *Paquita Salas",* se ríe, "porque me hace mucha gracia".



Con camisa de algodón de CELINE y pendiente y pendiente earcuff, ambos de TOUS. MIRTA ROJO

Que su tía sea la maquilladora de actores Paula Soroa… Todo son pistas que lee ahora. También que la primera prueba la hiciera el día de su 16 cumpleaños y la película se estrenara en Donosti cuando cumplía 17.

Habla francés, inglés, algo de italiano y alemán, estudia segundo de Bachillerato científico porque su idea era hacer medicina, pero ahora… "No lo sé, estoy viendo a ver qué decidir… Lo pienso y si soy médico no voy a ser infeliz… pero no sé, a veces me imagino en el set de *Los domingos* o en una sala de urgencias, y me veo un poco más feliz en el set de *Los domingos*". Cada uno que saque su subtexto.

EQUIPO

Estilismo Paula Delgado

Maquillaje y peluquería Miguel Ángel Tragacete (The Crew Art) para Dior Beauty y Kevin Murphy Spain

Producción Cristina Serrano

Asistente de fotografía Juan Martínez

Asistente de estilismo Mikel Andrés

Asistente de producción Marina Marco

Artículo14
PERIODISMO POR LA IGUALDAD

Cultura

ALAUDA RUIZ DE AZÚA:

"Todos necesitamos creer en algo, incluso cuando no sabemos si es verdad"

La directora Alauda Ruiz de Azúa conversa con Artículo14 sobre 'Los domingos', su segunda película tras el éxito de 'Cinco lobitos', una obra serena y conmovedora sobre la familia, la fe y las heridas invisibles que sostienen el amor

—

Alauda Ruiz de Azúa presenta 'Los domingos': "Me interesa el reflejo social de lo íntimo"



La directora de cine Alauda Ruiz de Azúa acaba de estrenar 'Los domingos' Montaje: kiloycuarto

María Serrano Actualizado: 20/10/2025 - 04:45h

¿Qué pasa en la mente, el corazón y el alma de una joven que siente la llamada de Dios? ¿Qué pasos da, qué camino comienza? ¿Cómo lo afronta su entorno, especialmente su familia? En el Festival de San Sebastián, donde las luces suelen brillar sobre lo terrenal, Alauda Ruiz de Azúa obró un pequeño milagro. *Los domingos*, su nueva película, ha logrado lo que pocas veces ocurre en el cine contemporáneo: poner de acuerdo a creyentes y no creyentes. La cinta, que suena como una de las favoritas para

los Premios Goya tras alzarse con la Concha de Oro y el Premio Signis a Mejor Película, aborda la vocación religiosa desde el respeto, la duda y la ternura, sin caer en caricaturas ni misticismos. Y lo hace con el mismo pulso íntimo y luminoso con el que la directora bilbaína filmó *Cinco lobitos*: desde los afectos, desde lo humano.

La crítica ha coincidido en algo poco habitual: *Los domingos* es una obra de madurez y honestidad, una película que mira lo invisible y lo cotidiano con idéntico asombro. Su retrato de una joven que siente la llamada de Dios, y de una familia que intenta comprenderla, abre una conversación inesperada en el cine español. Ruiz de Azúa no se posiciona: plantea preguntas, deja espacio al espectador, confía en su inteligencia. Su cámara observa con respeto, filma con precisión documental los rituales de un convento, la vida doméstica, los silencios de una casa. Todo late bajo una misma pregunta: ¿en qué creemos cuando creemos?

La directora reconoce que el germen del filme nació de una historia real: una amiga que quiso hacerse monja y el terremoto emocional que provocó en su familia. A partir de ahí, **Los domingos se convierte en una indagación sobre la fe, la herencia, el amor y la libertad.** En una sociedad que desconfía de lo espiritual, Ruiz de Azúa elige mirar con curiosidad y sin ironía; mostrar cómo lo sagrado y lo material se entrelazan, cómo la fe —como el amor— también se hereda, se discute, se pierde o se recupera. Su cine, otra vez, habla de lo invisible: **de las mujeres que sostienen el mundo, de las familias que se rompen intentando mantenerse unidas, de la dulzura y el dolor de seguir creyendo.**



El reparto de 'Los domingos' está encabezado por la debutante Blanca Soroa en el papel de Ainara

Tus películas, más que obras cerradas, parecen siempre una invitación al diálogo. En *Los domingos* también se percibe ese respeto absoluto por el espectador, esa confianza en su inteligencia. No le dices lo que debe pensar, sino que le dejas espacio para interpretar. ¿Es una intención consciente?

Qué bonito que digas eso. Sí, creo que si algo define realmente a la película es precisamente que no intenta imponer una lectura. Plantea preguntas que considero interesantes y profundas, tanto sobre los ritmos de la vida como sobre cómo los habitamos. Pero también he intentado que exista ese espacio de posibilidad, de viaje, de reflexión para el espectador.

Y ahora, con los primeros pases y preestrenos, lo más hermoso está siendo comprobar que el público lo recibe así, que se permite hacer ese viaje y, además, lo agradece. Creo que hay un placer en poder construir la propia lectura de lo que ocurre en la pantalla.

Entre otros temas, *Los domingos* es una película sobre una vocación religiosa, algo que quizá desconcierta o sorprende. ¿De dónde nace tu interés por este tema? Tuviste una amiga que inició ese camino, pero ¿por qué querías explorarlo ahora, desde la madurez?

Es cierto que la primera semilla nace de ahí, de una amiga que decidió seguir una vocación religiosa. Pero cuando continué investigando, lo que realmente despertó mi curiosidad fue descubrir que, muchas veces —no siempre, pero sí con frecuencia—, este tipo de decisiones generan conflicto dentro de las familias: enfrentamiento, rechazo o el deseo de intentar quitarle esa idea de la cabeza a la chica que siente la vocación.

De alguna manera, ahí empecé a ver la película. Más allá de la curiosidad inicial por el tema religioso, comprendí que lo que tenía entre manos era el viaje de una familia enfrentándose a algo que no esperaba. Y ese conflicto me permitía hablar también del universo familiar, de esa institución que es la familia y de sus dinámicas más profundas.



La familia es uno de tus grandes temas. Está muy presente en *Cinco lobitos*, en la serie *Querer* y también en *Los domingos*. Como dice Sara Mesa, la familia puede ser un lugar profundamente asfixiante…

Sí, totalmente. Siempre hablamos de la familia en positivo, como ese espacio de amor o refugio, pero también puede ser un entorno pequeño donde pasan muchas cosas que no se dicen. Hay silencios cargados, resentimientos enquistados, asuntos que se pudren sin resolverse. Y para mí resulta muy interesante cuestionar ese relato idealizado de la familia como el gran refugio o el lugar de los grandes afectos, porque a veces lo es, pero no siempre.

Ese otro relato, el de la familia como un territorio más complejo o incluso doloroso, casi nunca se cuenta. Creo que cuando eres joven, niño o adolescente, llega un momento en el que intentas comprender de verdad cómo es tu familia; no la que te han contado, ni la versión que ellos mismos se repiten, sino quiénes son realmente. Y luego está esa parte que, como narradora, me resulta muy estimulante: la obsesión de las familias por mantenerse, por sostener las rutinas, las comidas de los domingos, las comuniones, todos esos rituales que se repiten incluso cuando ya no hay nada que decirse… o cuando decirlo sería todavía peor.

La familia, como institución, también puede implicar un salto de fe. Es una relación en la que no siempre hay certezas. En la película vemos un matrimonio con sus momentos complejos y sus propios rituales, casi en paralelo con el mundo religioso. ¿Te interesaba explorar esa idea de creer, de apostar por algo sin saber si es real o duradero?

Sí, muchas veces, cuando explicaba la película, hablaba precisamente de eso: de que todos necesitamos creer en algo. De algún modo, todos hacemos nuestras apuestas de fe, esos saltos al vacío en cosas que no sabemos si son realmente ciertas o no. En Los domingos esa idea se explora a través de distintos planos: por un lado, la apuesta por mantener una familia tradicional; por otro, la relación entre Maite y Pablo, una pareja de cuarenta y tantos que atraviesa una crisis matrimonial.

Y ahí surge la gran pregunta: ¿hasta dónde estás dispuesto a apostar?, ¿hasta dónde tienes fe en eso, en esa relación o en esa estructura que has construido? Es un cuestionamiento íntimo pero también universal, porque creer no es solo algo religioso: tiene que ver con la forma en que sostenemos los vínculos y los espacios que amamos, incluso cuando ya no estamos seguros de por qué lo hacemos

En la película hay una tensión constante entre lo material —la herencia de la casa— y lo espiritual —la vocación de Ainara—. Entre la estructura física que sostiene a una familia y su fragilidad emocional. ¿Crees que vivimos de espaldas a esa dimensión más trascendente o espiritual, o que en realidad se entrelaza con lo cotidiano?



Quiero pensar que esa dimensión más existencial o espiritual siempre está con nosotros, aunque a veces quede eclipsada por lo material o lo urgente. Todos entendemos, de alguna manera, que somos algo más que lo inmediato, que lo que se ve. Y me parece muy interesante lo que planteas, porque es cierto que pueden parecer dos mundos ajenos —el espiritual y el terrenal—, pero en realidad están profundamente conectados. En *Los domingos* ambos están atravesados por lo afectivo: lo material nunca es solo material, tiene un valor simbólico y emocional; y lo espiritual o lo religioso tampoco es solo trascendencia, también tiene que ver con los vínculos, con lo que sentimos o dejamos de sentir.

En ese sentido, los afectos son el hilo que une esos dos planos. Incluso los espacios materiales —las casas, las habitaciones, los objetos— están impregnados por las emociones de quienes los habitan. Por eso los espacios, en la película, también son esenciales: hablan de las personas tanto como sus palabras o sus silencios.

En la película, tanto la casa familiar como el monasterio tienen un valor físico y simbólico. Me ha sorprendido que las escenas de la vida monástica sean tan reales: no vemos un convento medieval, sino un espacio cotidiano donde las monjas viven rodeadas de lo material, de lo doméstico, de lo físico. De hecho, abren un cajón y sacan platos de Duralex, lo que muestra una vida muy concreta y terrenal. ¿Cómo fue el proceso de encontrar ese equilibrio y de trabajar las localizaciones?

Sí, eso me interesaba mucho. Siempre busco el rigor en lo que hago. Por ejemplo, en Querer rodamos en una sala judicial real y contamos con asesores judiciales; quería aplicar el mismo principio aquí. Cuando encontramos un convento de clausura

auténtico, que además acababa de pasar a manos del Gobierno Vasco y por tanto se podía rodar allí, fue como cumplir un sueño: estar lo más cerca posible de esa vida real que quería retratar.

Intento ser lo más rigurosa posible, y lo único que nos inventamos fue el nombre de la orden, por una cuestión de respeto y también de legalidad. Pero todo lo demás —el espacio, las liturgias, la rutina del convento— está basado en realidades documentadas. Uno de los retos de la película era precisamente ese: mostrar cómo es una vocación religiosa y cómo se vive en un convento en 2025. Por eso me parecía fundamental mantener una mirada casi documental, sin idealizar ni estilizar en exceso, mostrando lo espiritual desde lo cotidiano, desde los objetos y gestos más sencillos.



Nagore Aramburu vuelve a colaborar con Alauda Ruíz de Azúa

Para tratar un tema tan delicado como la vocación religiosa, especialmente en su dimensión más íntima y espiritual, ¿consultaste con alguien dentro de la Iglesia o con personas que vivan de cerca esta experiencia?

Sí, para construir esas escenas fue necesario un trabajo de documentación muy cuidadoso. No quiero desvelar en detalle todo lo que hice durante el proceso de investigación, por una cuestión de discreción, pero sí puedo decir que tanto en la escritura como en el trabajo con los actores hablamos con personas que realizan direcciones espirituales: sacerdotes, religiosos, o personas que han vivido ese acompañamiento de cerca. Nos inspiramos en conversaciones reales, en testimonios muy concretos.

Había por mi parte una voluntad clara de ser rigurosa, sobre todo porque era un mundo que me resultaba ajeno. El reto estaba en entender cómo funciona realmente ese tipo de relación y en trasladarlo a la película con realismo, con respeto y sin caricaturas.

¿Y este acercamiento te ha cambiado en algo a nivel personal? ¿Tu relación con la fe o con la Iglesia ha evolucionado después de todo este proceso?

Creo que sí. He aprendido, por ejemplo, que dentro de la sensibilidad religiosa hay muchos matices, muchos grises, muchas formas de vivir la fe. Cuando comencé el proyecto tenía en la cabeza algunos estereotipos, pero al hablar con personas creyentes y escuchar sus experiencias descubrí una enorme diversidad, distintos grados de relación con lo espiritual y distintas etapas vitales.

También me impresionó comprobar de cerca el consuelo tan real que algunas personas encuentran en la fe o en la vocación. Entendí que esa sensación de paz y esperanza es muy auténtica, y que es difícil negarle eso a alguien cuando lo vive de verdad.

Sin revelar el desenlace, la escena final tiene un peso emocional muy grande. Cada personaje parece haber tomado un camino distinto, y el último plano, centrado en Maite —la tía de la protagonista—, resulta muy revelador. ¿Por qué decides cerrar la película con ella y no con Ainara?

Siempre pensé *Los domingos* como el viaje de una familia. A medida que me adentraba en la historia me di cuenta de que, más allá del tema de la vocación religiosa, la relación más importante era la que se establecía entre la tía y la sobrina. Son dos personajes con visiones del mundo opuestas —una profundamente racional, la otra en búsqueda de lo trascendente—, pero unidas por un afecto real.

Esa relación está llena de ternura y de conflicto, y creo que ahí se juega el núcleo emocional de la película. Por eso el final me llevó de forma casi instintiva a cerrar con ellas: porque encarnan los dos extremos de una misma búsqueda, la necesidad de creer y de amar, aunque cada una lo haga desde un lugar distinto.

EL PUNT AVUI+

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,14-15
AVE: 20168 €
ÁREA: 2513 CM² - 154%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 15253
OTS: 62000
SECCIÓN: PORTADA

17 Octubre, 2025





ENTREVISTA A Alauda Ruiz de Azúa 14-15

Directora de cinema

Per Bernat Salvà

"A tots ens agrada sentir-nos tolerants, però de vegades és difícil"

EL PUNT AVUI+

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,14-15
AVE: 20168 €
ÁREA: 2513 CM² - 154%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 15253
OTS: 62000
SECCIÓN: PORTADA

17 Octubre, 2025



“A tots ens agrada sentir-nos tolerants, però de vegades és molt difícil”

- Divendres vinent estrena ‘Los domingos’, pel·lícula guanyadora de la Petxina d’Or de Sant Sebastià
- Analitza el conflicte que provoca una adolescent de 17 anys que vol ingressar en un convent de clausura
- La cineasta ja havia sumat un grapat de premis amb la pel·lícula ‘Cinco lobitos’ i la sèrie ‘Querer’

Bernat Salvà
Barcelona



Ainara té disset anys, va perdre la mare temps enrere, estudia en un col·legi religiós i vol ingressar com a novícia en un convent de monges tancades. Alauda Ruiz de Azúa (Barakaldo, 1978) planteja a *Los domingos* aquest conflicte que suscita tota mena de reaccions a la família i a l’entorn de l’adolescent, però també entre els espectadors. Ho fa amb respecte per totes les posicions i amb la complicitat d’un grapat d’actors excel·lents, encapçalats per la debutant Blanca Soroa i Patricia López Arnaiz. Aquesta pel·lícula basca amb coproducció catalana va guanyar fa tres setmanes la Petxina d’Or del Festival de Sant Sebastià. S’estrena el 24 d’octubre als cinemes.

Es diu en la pel·lícula que Ainara no està preparada per escollir el rumb de la seva vida. Amb 17 anys, no passa una mica el mateix a tots els joves?
Hi ha una cosa en la pel·lícula que va per sota, fins que explota al final: tot el que no es diuen a la família sobre el que pensen de la vocació. El que fa especial aquesta situació és que hi ha una part de la família que, quan Ainara comunica aquesta vocació religiosa, està pensant que pot estar influenciada o empesa per un món religiós adult. El que passa és que no ho diuen obertament. Però una part de la família no veu aquesta decisió com si hagués volgut provar de fer qualsevol altra cosa.

El punt de vista de la tieta, interpretada per Patricia López Arnaiz, és una mica el seu?
Per a mi el repte de la pel·lícula, el que m’interessava, era intentar aconseguir que tots els punts de vista estiguessin representats, i no jutjar-los és com molt delicat dir, perquè tots tenim una motxilla, però he intentat que tots els personatges defensessin el que creien i el que sentien d’una manera molt honesta. És cert que ja a l’hora d’escriure’l i d’entendre’l, estic més a prop del personatge de Maite [la tieta, interpretada per Patricia López Arnaiz] que del personatge d’Ainara. En el viatge creatiu, em semblava que en intentar comprendre’ls tots dos en igualtat de condicions, sortia la conversa interessant de la pel·lícula, sortien les mirades crítiques sobre la família i sobre la religió. En sortia una conversa potser una mica més profunda sobre la tolerància. A tots ens agrada sentir-nos tolerants, creure’ns que ho som, però de vegades és molt difícil, i tampoc sé si hem de tolerar segons quines coses.

És cert que reflecteix tots dos punts de vista, però no hi ha, també, una denúncia d’una certa forma de manipulació?
Jo crec que la tensió de la pel·lícula es construeix sobre aquesta pregunta, sobre la pregunta de fins a quin punt aquesta vocació religiosa d’Ainara és genuïna, autèntica, fins i tot sobrenatural, o fins a quin punt no està empesa pel món adult, tant el familiar com el religiós. Crec que les escenes, els punts de vista que he escollit dels personatges van encaminats a generar aquesta conversa i pregunta.

> M’interessen més les situacions que em resulten difícils de jutjar que les que tinc molt clares

L’Església és molt diversa. S’inspira en algun orde concret? Reflecteix un món que li resulta proper o més aviat ho ha mirat des de fora?
Jo tinc educació laica. El que sí és veritat és que sempre he tingut moltes amigues i molt contacte amb aquest món educatiu religiós i, sobretot, m’he documentat a l’hora de fer la pel·lícula. Però és veritat que documentant-me he vist que hi ha diferents sensibilitats religioses, hi ha diferents graus religiosos en els col·legis, i és clar, no tots els col·legis religiosos són iguals, no totes les noies que entren a un col·legi religiós en surten monges, òbviament. Per això, per mi la tensió de la pel·lícula està en aquesta noia en aquest moment de vulnerabilitat i en com el món adult actua al seu voltant. Per això dic que no és només una qüestió religiosa, també parla d’allò familiar.

De fet, la família té un lloc important també a ‘Cinco lobitos’ i ‘Querer’. Pensa que la família és el que ens modela més?
És un dels vincles que més ens condicionen en la vida. Si és bona o dolenta, si en tenim o no en tenim, és increïble com ens condiciona. Després, d’altra banda, com a institució és molt interessant, perquè ens entestem molt a mantenir la família. Aquesta pel·lícula es construeix al voltant d’una família on hi ha personatges com el de Maite i el d’Iñaki, dos germans que ideològicament estan als antípodes i, no obstant això, es reuneixen tots els diumenges a menjar, encara que no tinguin res a dir-se. Segurament si es trobessin pel carrer, no es caurien molt bé, però fan aquest esforç per mantenir aquesta família fins que explota tota aquesta tensió. M’interessa aquest esforç que fem per mantenir una cosa que no sempre és un refugi, no sempre et dona el suport que necessites. I després també m’interessa perquè la família, com a reflex de la societat, explica moltes coses. Una família pot tenir diferents sensibilitats religioses, en una família hi ha també una sèrie de dinàmiques de poder. És un reflex de la societat molt poderós.

> La tensió neix de la pregunta de si la vocació religiosa és genuïna o és empesa pel món adult

A petita escala, la família no és també el lloc on esclaten i es dirimeixen els conflictes?
Sí! A més, a la família passa que en els conflictes o en els debats ètics o fins i tot polítics, quan és un debat més intel·lectual, tots estem més còmodes prenent partit. Però quan es barreja amb una cosa més afectiva, més irracional, amb tots els afectes o les carències que pot haver-hi en la família, llavors és més complicat jutjar les situacions. A mi m’interessen més les situacions que em resulten difícils de jutjar que les que tinc molt clares com a espectadora i intento compartir això amb l’espectador.

> Ens esforcem per mantenir la família, tot i que no sempre és un refugi ni et dona el suport que et cal

L’Església té molt de poder. No és a través dels col·legis, de l’educació, que perpetuen també aquesta influència?
Per a mi l’educació, en aquests termes en què parles, és molt delicada perquè hi ha els menors. Jo crec que la pel·lícula d’alguna manera s’afegeix a aquesta mirada crítica sobre situacions en les quals els menors poden estar en converses emparats en algun tipus de valor religiós. Aquest és l’angle que m’interessa.

En les seves pel·lícules afronta emocions fortes, però no en el sentit d’aventures o acció, sinó en l’àmbit de la intimitat. És el que li interessa o la veurem dirigir algun altre gènere?
Doncs la veritat és que de moment tinc una tendència al drama familiar. Però crec que és perquè penso molt en termes de tensió, del que m’incomoda, del que em qüestiona. I d’alguna manera ho trobo més en el drama.

Quina diferència hi ha entre aquesta noia que acaba en un convent de clausura i una noia que fa, per exemple, gimnàstica rítmica, és molt bona i acaba ‘atrapada’ en un centre d’alt rendiment preparant-se per guanyar medalles?
La gimnàstica rítmica no l’he investigat. Em planteges un món que em resulta molt desconegut, el de la gimnàstica rítmica, per abordar-ho des d’aquí. Però és clar, és veritat que és molt difícil, o sigui, jo *a priori* el que veig són preguntes en comú. Com saps quan algú diu que sent que això és la seva vocació, que és el que el fa feliç, que és el seu camí en la vida, si això és genuí? Com saps si això és el que el farà feliç realment o això està provocat i influenciat per una altra cosa? Com podem saber-ho? I, d’altra banda, com pots saber si tot el que sentim als 16 o 17 anys ho traduïm de la manera correcta? Perquè a vegades sents coses de jove i després de sobte quan creixes t’adones que el que et passava en realitat era una altra cosa, encara que el sentiment era molt autèntic. Hi veig preguntes en comú, potser. Però ja et dic, desconec aquest món.

Diria que ‘Los domingos’ és una pel·lícula sobre la pèrdua? Sobre diferents pèrdues, la pèrdua de la innocència o una família que perd una filla que es tanca en un convent. Creu que també parla d’això?
Sí, parla d’això. Parla del fracàs, també, d’una família i de la necessitat d’afecte que tenim tots, ja siguis creient o no, i de la vulnerabilitat que tenim tots quan tenim aquesta necessitat d’afecte i com això ens pot portar a llocs molt insospitats. Crec que hi ha alguna cosa del fracàs de la comunicació o del fracàs de l’amor en tota la pel·lícula

Com va viure la presentació de la pel·lícula a prop de casa, al Festival de Sant Sebastià, i rebre la Petxina d’Or?

EL PUNT AVUI+

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,14-15
AVE: 20168 €
ÁREA: 2513 CM² - 154%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 15253
OTS: 62000
SECCIÓN: PORTADA

17 Octubre, 2025





Alauda Ruiz de Azúa ha estat la gran triomfadora del Festival de Sant Sebastià d'enguany amb 'Los domingos', protagonitzada per una adolescent que vol ingressar en un convent de monges tancades ■ GABRIEL DE LA MORENA

Perfil

Dos drames familiars carregats de guardons

Alauda Ruiz de Azúa va estudiar filologia anglesa a la Universitat de Deusto, comunicació audiovisual a la UPV de Bilbao i cinema a l'ECAM Madrid. La seva *opera prima,, Cinco lobitos* (2022), drama sobre la maternitat protagonitzat per Laia Costa, va triomfar a Màlaga i va guanyar tres Goya. Dotada d'una sensibilitat especial a l'hora d'analitzar els conflictes familiars, va tornar a recollir un grapat de premis amb la minisèrie *Querer* (Movistar+), posant al focus aquest cop en la violència domèstica. Entremig va dirigir, amb menys ressò, el film *Eres tú*.

Tot el pas pel Festival de Sant Sebastià va ser preciós. Des que arribàvem allà ens van començar a passar coses màgiques. En un moment que ens feien fotos a tot l'equip a l'interior perquè plovia va sortir la gent de la projecció de premsa emocionada i es van posar a aplaudir. Llavors la projecció al Kursaal amb el públic va ser increïble, el públic estava molt connectat. Es va riure, es plorava, també vam rebre una ovació preciosa al final. Vam marxar del festival amb una sensació increïble que la pel·lícula havia connectat. Després, quan ens van donar la Petxina, el Premi del Cinema Basc, el premi dels crítics... Va ser tot increïble. Feia una mica de vertigen de tan bonic que era. Nosaltres ja havíem marxat de Donostia. Ens van dir que havíem de tornar totes, la directora, les tres productores i el productor. Llavors ja intueixes que ha de ser un premi dels importants.

Sent que la gent ha entès la pel·lícula com esperava?
Jo no tenia una expectativa de com reaccionaria el públic. Però sí que és veritat que la proposta de la pel·lícula clarament és deixar-te espai com a espectador perquè treguis conclusions, llançar-te unes qüestions molt concretes sobre la família, sobre el que pot ser un procés de discerniment religiós. Se't llancen més preguntes que respostes i hi ha punts de vista molt estrictes a la pel·lícula, també, perquè tu puguis veure amb quin t'interessa viatjar. I la sorpresa, el regal per a mi ha estat que la gent no només ha entès la proposta, sinó que hi ha entrat molt bé, els ha motivat, els ha agradat estar aquí en aquest lloc, tenir el seu espai d'espectador per reflexionar... Han gaudit de tenir aquest espai per poder-se preguntar-se què faria jo, què no faria, com ho jutjo.... No només és que hagin entès la proposta, sinó que l'han gaudit i després molta gent ens diu que ha estat parlant de la pel·lícula molta estona.

Això ha passat també amb espectadors religiosos?
Sí, sí. Per a mi hi ha un aprenentatge a l'hora de fer la pel·lícula i de mostrar-la a la gent: igual que hi ha moltes sensibilitats diferents o moltes maneres de relacionar-se amb la no creença, també n'hi ha en el costat religiós. Hi ha gent que em diu: "Escolta, jo soc creient, però si la meva filla em ve i em diu que es fa monja, jo reaccionaria també igual que la meitat d'aquesta família." Ha estat trencar amb idees preconcebudes, de pensar que tota la gent creu de la mateixa manera, veure tots els matisos. El que m'ha arribat de les persones creients és que fins i tot agraïen que la pel·lícula estigués feta des de cert respecte per tot el tema religiós. A vegades senten que se'ls tendeix a ridiculitzar o a demonitzar. I de sobte, es troben amb una pel·lícula que tracta el tema amb rigor i amb respecte, en el sentit d'intentar entendre tots els punts de vista.

> Igual que hi ha moltes maneres diferents de relacionar-se amb la no creença, també n'hi ha moltes en el costat religiós

Com va ser el càsting de les dues protagonistes, Blanca Soroa i Patricia López Arnaiz?
Hi havia aquí com dos viatges. Per un costat, Patricia López Arnaiz era un nom amb el qual em venia molt de gust treballar i Maite era un personatge amb qui ja la visualitzava, i després vam tenir la sort que pogués fer la pel·lícula. Pel que fa a Blanca Soroa, vam parlar amb els productors, volíem que fos de Bilbao i intuíem que segurament hauria de ser algú que no hagués fet res. Llavors vam fer un càsting en col·legis, en conservatoris, i Blanca es va apuntar als càstings i cada vegada venia més contenta a les proves, més il·lusionada. De seguida vaig veure que era ella. Tenia una llum molt especial.

ReligiónenLibertad

CINE Y TELEVISIÓN

Entrevistamos a la cineasta que ha ganado la Concha de Oro en San Sebastián con esta hermosa historia de vocación religiosa

A Alauda Ruiz, directora de «Los domingos», le fascinó la certeza de una amiga que entró en clausura



La joven actriz novel Blanca Soroa, con la directora Alauda Ruiz de Azúa, al rodar la magnífica película Los Domingos David Herranz

Pablo J. Ginés 18.10.2025 | 07:19

Alauda Ruiz de Azúa (Baracaldo, 1978), ha ganado la Concha de Oro en el Festival de San Sebastián por su hermosa película *Los domingos*, que se estrena en cines el 24 de octubre. Críticos de cine y medios de todas las tendencias están fascinados con esta película.

Pero los más asombrados son los cristianos españoles, acostumbrados a ser vapuleados en el cine español generalista. He aquí una película en la que todos los creyentes salen bien representados y el misterio de Dios y de la vocación se presenta con delicadeza y respeto. Hay un homenaje a la pureza, a lo auténtico, encarnado en Ainara (Blanca Soroa), una chica vasca de 17 años que discierne su posible vocación a la clausura.

También hay una familia, no muy bien equipada, que intenta superar sus dificultades y contradicciones.

La directora atiende a *ReL* en un diálogo ágil.

- Alauda, ¿alguien te ha regañado por esta película?

- Mmm, algún comentario ha habido. Que era un poco tibia, que podía ser más crítica con la religión. Pero sólo alguno.

- Hemos leído que Blanca Soroa, la joven actriz novel, no tenía formación religiosa...

- Sí, ella viene de una formación laica. La preparamos con nuestro trabajo de documentación. Intentábamos entender las emociones, los sentimientos de jóvenes que dicen que tienen vocación. **Ellas hablan mucho de emociones y queríamos trabajar lo emocional.** Luego ya cada uno tendrá que decidir si hay una llamada divina u otra cosa.



- ¿Emoción? ¿O convicción? Es distinto...

- La convicción puede ser más intelectual. En la película no entramos tanto en lo intelectual.

- ¿Cuánto de la vocación de Ainara es emoción, y cuanto es convicción?

- Mi sensación hablando con chicas que lo han vivido es que la vocación **para ellas fue muy emocional. Y por eso es arrebatador e incuestionable.**

- Hemos leído que el tema te interesó por una experiencia en tu juventud...

- Yo tendría unos 19 años y fui con una amiga de mi edad, que entró en una orden de clausura. A mí, **como persona no creyente, me pareció chocante su certeza, esa decisión radical.** Ellas, las que entran en clausura, **lo cuentan como una liberación**.

- En esta película, sólo hay focos y luces y efectos especiales en la discoteca. ¿Es buscado?

- Sí. Yo quería dar al espectador un margen. Buscaba una cierta distancia. Cada personaje defiende su postura, pero yo, con mi cámara y efectos, no debo empujar en una dirección. En la disco, por supuesto, sí, hay focos y luces y efectos.

- Nunca vemos enfocar a un Cristo o Virgen. Las imágenes religiosas en 'Los domingos' siempre están lejos, desenfocadas...

- En un cine religioso más evangelizador a lo mejor buscan mostrar la acción de Dios con planos de imágenes religiosas, de Cristos. Pero yo no quise ir por ahí. Yo me interesaba por los personajes y sus relaciones.

- Los espectadores están un poco desconcertados con el padre de Ainara, que a veces grita y a veces la deja hacer...

- En él conviven muchas cosas. Tiene voluntad de respetar, pero quizá también un cierto egoísmo, el de quien se está organizando una nueva vida, y una cierta culpabilidad por sus carencias.

- Ainara, en la película, está sola. No tiene amigas cristianas serias con las que hablar de fe. ¿Es por razones dramáticas?

- Es que en algunos de estos procesos animan a las chicas a llevarlo con cierta discreción e intimidad. Supongo que dependerá de cada caso.



Ainara y otra chica hacen una experiencia vocacional con las betinas, congregación inventada en la película Los Domingos David Herranz

- Ainara reza la oración del abandono de San Carlos de Foucauld en un momento cumbre. ¿Cómo conociste esta oración?

- Vi que muchas personas tienen oraciones de cabecera, como ésta, que la usaba una persona que conocí. Yo buscaba una oración así, y esta evocaba la figura del padre, que es un tema de la película, y del sentimiento amoroso, divino o terrenal.

- *[La oración, muy popular, dice: "Padre mío, me abandono a Ti. Haz de mí lo que quieras. [...] Pongo mi vida en Tus manos. Te la doy, Dios mío, con todo el amor de mi corazón, porque te amo. Amarte es darme, entregarme en Tus manos sin medida, con infinita confianza, porque Tú eres mi Padre"].*

- ¿Te impusiste algún tabú o línea roja con esta película?

- Querer entender a todos. No ser dogmática en ninguna dirección. Ser rigurosa al documentarme, en clave humanista.

- No hay muchas películas de ficción que hablen de vocación. Está 'La llamada' (2017), de los Javis, pero ahí había música, visiones curiosas, luces...

- Cuando la vi, hace años, me pareció un ejercicio divertido y fresco en su momento. Es más lúdica.

- ¿Has visto 'Converso' (2017), de David Arratibel?

- Sí, me gustó mucho. Me gusta esa voluntad de entender lo que pasa en alguien. Me gusta eso en el cine, el cine es bueno en eso. Y él contaba su experiencia personal, de su familia. Se veía muy honesto.

- ¿Alguien te ha dicho que la peli le ha ayudado en su vocación?

- No, pero en preestrenos he visto reacciones muy interesantes. Hay quien ha estado en procesos de discernimiento, **chicas que en su momento se sintieron solas, o juzgadas, y dicen que se sienten bien representadas.** También hay creyentes que me dicen: "si mi hija se mete a clausura yo me revolvería como la tía Maite". Eso siempre me parece curioso.

- ¿Cómo convenzo a mis lectores de que aquí hay una película española premiada que no ataca a la fe? No se lo van a creer, no están acostumbrados...

- Ay, no sé. Yo digo que es una película para entender al otro. Me gusta decir que es una película que no te impone nada como espectador. Creo que casi todos los puntos de vista están representados.

Babelia

18 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,8-9
AVE: 47061 €
ÁREA: 1958 CM² - 135%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 121975
OTS: 763000
SECCIÓN: PORTADA



Todas las historias que encierra el convento.

Autoras y cineastas coinciden en recrear la vida en clausura y colocar a monjas en el centro de sus relatos, que hablan de mujeres olvidadas y un anhelo de trascendencia



La religiosa **(circa 1925), de Ramon Casas (1866-1932).** PETER VAN EVERT (ALAMY / CORDON PRESS)

Por **Silvia Hernando**

A todo escritor de novela negra se le presupone un olfato fino para descubrir patrones, y el de Susana Martín Gijón (Sevilla, 1981) enseguida detectó uno que atraviesa los libros policiales que devora: casi siempre, el muerto es una mujer. "Además, muchas veces se la encuentra en posiciones o situaciones denigrantes, también por supuesto violada...", se explaya la autora, apurada tras haber tenido que navegar en taxi uno de los cada vez más habituales atascos de Madrid para llegar a la entrevista en la sede de su editorial. En un acto de reivindicación, su nueva novela, la recién publicada *La Capitana* (Alfaguara), abre el misterio que se resuelve a lo largo de sus páginas con la aparición de un muerto que no solo es, efectivamente, un hombre, sino que además no deja lugar a dudas de su condición, puesto que es hallado sin ropa y con el falo enhiesto. Más allá del cuerpo deformado que toca identificar, la autora expande la transgresión del habitual imaginario *noir* a los escenarios y los protagonistas de la historia: el lugar donde aterriza el cadáver es el claustro de un convento de monjas en la Granada de finales del siglo XVI, y el dúo de detectives encargado de resolver el caso, Fray Juan de la Cruz y Sor Ana de Jesús, monjes y carmelitas descalzos.

No todas se afanan en aclarar una serie de turbios asesinatos, pero desde perspectivas dispares, varias autoras están revisitando el repertorio simbólico de la vida conventual y colocando a monjas en el centro de sus tramas. Si en literatura se antoja una tendencia manifiesta, no lo es menos en el audiovisual: la cineasta Alauda Ruiz de Azúa se ha alzado con la Concha de Oro en San Sebastián por *Los domingos* (de estreno el 24 de octubre), la historia de una adolescente que vive un despertar espiritual y anhela una vida de clausura; y en el último festival de Venecia, la directora macedonia Teona Strugar Mitevska presentó *Mother,* la recreación de una semana en la tumultuosa vida de la madre Teresa de Calcuta. Dentro del género de terror, donde los *malos hábitos* han campado históricamente a sus anchas, destacan propuestas recientes como *Hermana muerte,* de Paco Plaza, centrada en una novicia con poderes paranormales, o *Immaculate,* con la controvertida actriz de moda, Sydney Sweeney. En paralelo, el *podcast Las hijas de Felipe* continúa rescatando relatos fenomenales del Barroco, con un fervor devoto por los protagonizados por religiosas.

¿Qué aura desprenden las monjas para haber cautivado nuestra atención cada vez más disipada? En *La Capitana* de Martín Gijón el retrato que se traza del convento granadino de San José puede ofrecer algunas pistas. Poblado solo por mujeres, este espacio se erige como un microcosmos construido en torno a un claustro donde bulle todo lo que hace a la humanidad: en él brotan las amistades, los favores, las traiciones, los secretos. También los amores y no solo místicos, sino carnales, algo que se repite en diferentes historias. "La atracción por personas del mismo sexo ha existido siempre, o sea, que no estamos contando nada nuevo. Lo que se ha hecho es invisibilizarlo", apunta la autora, que amplía a la noción de "cancelación" histórica de lo todo lo relativo a la mujer como otra de las claves del revigorizado atractivo de las monjas. La trama de su novela, un *whodunit* ficticio, se sostiene sobre localizaciones y personajes reales. Pero, mientras que la contraparte masculina de la pareja protagonista es por todos conocida, poco o nada sabemos de aquella hermana que, por su templanza y dotes de mando, se ganó el apelativo de capitana de las prioras. "La historia se ha contado con la visión distorsionada del sistema hegemónico-patriarcal: el relato era de los hombres, y las mujeres no interesaban", plantea la escritora."Son fascinantes personajes como sor Ana, que además lo tuvieron mucho más difícil. Superaron todos los obstáculos, dejaron huella... Ellas se merecen y nos merecemos que se cuente".

En su anterior entrega, *La Babilonia, 1580,* Martín Gijón ya introdujo a una religiosa, a la que colocó frente a una prostituta para subrayar la "hipocresía" de la mancebía sevillana, un prostíbulo legal que recaudaba para el Cabildo. De la labor de documentación que emprendió con aquel libro y ha continuado con este, fue tirando de hilos que la llevaron hasta Ana de Jesús, quien, bajo los designios de Teresa de Ávila, fundó conventos en Madrid, París y Flandes, entre otros lugares. Gracias al arte, otras monjas históricas están viviendo hoy un momento de gloria: Catalina de Erauso, la célebre Monja Alférez de la conquista de América, ha sido revisitada como temprano icono trans por el dúo artístico Cabello/Carceller y novelada su peripecia vital en *Las niñas del naranjel* (Random House, 2023), de Gabriela Cabezón Cámara; a partir de un libro de Judith C. Brown, Paul Verhoeven invocó a la visionaria y lesbiana del siglo XVI Benedetta Carlini en su *thriller* erótico *Benedetta,* de 2021; y la biografía novelada de Anne Lise Marstrand-Jørgensen *Hildegarda* (Lumen), en torno a la santa del siglo XII, compositora, profetisa, médica y hasta clasificadora del lúpulo que dio origen a la cerveza moder-

LECTURAS

La Capitana
Susana Martín Gijón
Alfaguara, 2025
440 páginas. 22,90 euros

Todo empieza con la sangre
Aixa de la Cruz
Alfaguara, 2025
224 páginas. 19,90 euros

Misticismo. La experiencia del éxtasis
Simon Critchley
Traducción de Julio Ignacio Hermoso Oliveras. Sexto Piso, 2025
320 páginas. 24,90 euros

La hermana
Liliana Viola
Anagrama, 2025
208 páginas. 21,90 euros

Las indignas
Agustina Bazterrica
Alfaguara, 2023
192 páginas. 18,90 euros

Babelia

18 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,8-9
AVE: 47061 €
ÁREA: 1958 CM² - 135%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 121975
OTS: 763000
SECCIÓN: PORTADA



na Hildegarda de Bingen, llegó a España en 2021 consolidada como un *best seller*. Todos los radares están puestos ahora en la próxima venida del libro de Ana Garriga y Carmen Urbita, las creadoras de *Las hijas de Felipe,* que revolucionó la Feria de Fráncfort de 2023 al recibir más de 25 ofertas y que editará aquí Blackie Books. La versión en inglés sale en noviembre con el nombre de *Convent Wisdom* (sabiduría del convento) y un subtítulo aún más sugerente: "Cómo las monjas del siglo XVI pueden salvar tu vida del siglo XXI".

Para las monjas de otro tiempo, el convento brindaba un espacio de libertad y desarrollo intelectual que se les negaba en el exterior, así como una vía de escape de cargas como el matrimonio, los cuidados y la crianza, dado que, como subraya Martín Gijón, "hablamos de una institución del matrimonio que no tiene nada que ver con la de ahora". Imaginar qué significaría la clausura para una mujer de hoy es el salto al vacío literario que propone Aixa de la Cruz (Bilbao, 1988) en *Todo empieza con la sangre* (Alfaguara), donde, tras probar toda clase de remedios *new age* para saciar un vacío voraz, una joven resuelve unirse como lega a una congregación de mujeres. "Creo que desde la pandemia ha habido un auge importante en los discursos de autoayuda espiritual: desde haz yoga para trascender el encierro en tu casa hasta aprende a meditar, suscríbete a esta escuela llevada por un lama para aprender budismo...", enumera la escritora al teléfono. "Entonces, me parece lógico que haya una reivindicación de lo propio, de decir: vale, si estamos comprando que nos hace falta espiritualidad, igual vamos a dejar de hacer turismo colonialista y vamos a intentar ver qué hay de salvable, o de reivindicable, en las tradiciones místicas cristianas".

El filósofo Simon Critchley tiene argumentos para este debate abierto, al que en noviembre sumará su voz Begoña Méndez con *Místicas* (Wunderkammer), sobre la obra espiritual de diez grandes mujeres. En su ensayo *Misticismo. La experiencia del éxtasis* (Sexto Piso), el británico especula sobre el renovado interés por lo trascendental, entendido en su vertiente cristiana, a través de la biografía de personajes como las monjas Juliana de Norwich y Teresa de Ávila. Denostado por el racionalismo, Critchley respalda una vuelta al misticismo desde un punto de partida no tanto intelectual como "existencial y práctico". "Este es un libro sobre tratar de salir fuera de uno, de perderse, sin dejar de ser consciente de que el yo no es algo que se pueda abandonar por completo", escribe. Por detrás del armazón teórico, su propuesta consiste en aspirar a algo sublime en su simplicidad: "Encontrar nuevas formas de conocer y de amar". Que es, precisamente, aquello que ansía Violeta en *Todo empieza con la sangre*. "Me refiero a encontrar un amor que no sea narcisista, que no sea la repetición de la herida", apunta De la Cruz, "porque yo creo que cuanta más libertad aparente tenemos a la hora de elegir a nuestras parejas, más estamos comprobando que lo que solemos hacer es incurrir en un error tras otro. Eso es lo que quería ilustrar con Violeta y con la aspiración de un amor realmente incondicional, un amor ideal, que tiene que ser el amor de Dios".





Arriba, un fotograma de *Los domingos,* de Alauda Ruiz de Azúa. Abajo, portada del *Liber Scivias* (entre 1141 y 1152), que reúne las visiones de Hildegarda de Bingen.
DAVID HERRANZ / HISTORY DOCU PHOTO (ALAMY / CORDON PRESS)

El sentimiento desprendido fue lo que impelió a la monja argentina Martha Pelloni a liderar una pequeña revolución. En *La hermana* (Anagrama), perfil y crónica de aquella mujer aún viva y sus logros, la periodista Liliana Viola narra cómo, en 1990, la carmelita teresiana organizó una marcha silenciosa para hacer justicia por el asesinato en Catamarca de la estudiante María Soledad Morales, así como el modo en que su protesta acabó expandiéndose en el tiempo y el espacio en forma de ola solidaria contra la impunidad de los poderosos en aquel país. Pero, quizá porque la devoción inspira los sentimientos más nobles, puede que también sirva de resorte para la maldad desbocada, extremo que explora Agustina Bazterrica (Buenos Aires, 1974) en *Las indignas* (Alfaguara), donde convergen preocupaciones desde los estragos del calentamiento global a un fanatismo religioso capaz de infundir una crueldad despiadada. "Para mí la condición humana hace que a veces se formen estas sectas o grupos coercitivos que lo que hacen es aprovecharse del ser humano que está vulnerable", señala la escritora por videollamada. "Somos vulnerables e instintivamente necesitamos estar en grupo, porque somos animales sociales".

A Bazterrica las monjas alemanas del colegio donde cursó sus estudios no le cosieron los ojos ni le arrancaron la lengua. Pero sí le cortaron las alas. "Crearon una suerte panóptico virtual en el cual todas las compañeras nos controlábamos, y te controlaban las monjas y el sacerdote, que era el único hombre. Y cuando llegabas a tu casa, te controlaba Dios, el Dios católico", rememora. De la pervivencia de aquel recuerdo doloroso nació el sustrato de su novela, donde un grupo de mujeres encerradas en un antiguo convento sobreviven sobre las ruinas de un mundo que ha sucumbido a la tecnología y el cambio climático. Aquellas que reciben el sobrenombre de las indignas, como la protagonista, se sitúan en el escalafón más bajo del sistema de castas de la Hermandad Sagrada de la que forman parte. En lo alto, solo por debajo del todopoderoso Él, un personaje masculino sin nombre ni rostro, la hermana superior controla la estructura social con puño de hierro. Sumidas en una niebla densa y estéril, les cosen los ojos, les arrancan lenguas y dientes, les perforan los tímpanos. No ven ni oyen, solo callan. En esta distopía descarnada, el cenobio es la salvación de un mundo inhóspito y el castigo para quien quiera seguir habitándolo.

> **"Somos vulnerables e instintivamente necesitamos un grupo, porque somos animales sociales", dice Agustina Bazterrica**

> **Aixa de la Cruz: "Las cosas horribles que han sucedido en la Iglesia han privado a muchos de la posibilidad de lo espiritual"**

Puede que la experiencia del confinamiento durante la crisis de la covid haya dejado su impronta en nuestra percepción de cómo resultaría la vida bajo llave. Pero más allá del paralelismo con aquel encierro, subyacen otros factores que nos acercan a la ética y la estética del convento, como el pasado de colegio religioso. Para Aixa de la Cruz, otro de esos elementos reside en los males del capitalismo y la explotación laboral. "Para vivir con un sueldo de mierda, trabajando 50 horas y totalmente alienada y aislada, quizá estaríamos todas mejor viviendo en un convento, ¿no?", conjetura, remontándose a una idea que surgió como broma en su grupo de amigas y que ella terminó desarrollando en su novela. No se olvidan estas escritoras de la encrucijada de principios conservadores y progresistas que confluyen en la reconfiguración de la vivencia espiritual. Ni de la necesidad de no blanquear los abusos que han marcado a generaciones. "El trauma queda ligado a lo religioso, lo religioso queda ligado a la espiritualidad y de pronto tienes la sensación de que renegar de esta cosa politizada o traumática que te sucedió con el catolicismo te obliga a renegar de una mirada trascendente", reflexiona De la Cruz. "Al final, las cosas horribles que han ocurrido en la institución de la Iglesia católica han privado a muchas personas de la posibilidad de lo espiritual".

DIARIO DE NAVARRA

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,16-17
AVE: 23917 €
ÁREA: 4012 CM² - 194%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 22587
OTS: 119000
SECCIÓN: PORTADA

20 Octubre, 2025





Vidas en clausura

La película ganadora del Festival de San Sebastián recrea la historia de una joven que decide ser monja de clausura. Dos navarras de 21 y 31 años también han elegido este camino PÁG. **16-17**



Las navarras Carolina Martínez y Fátima Sánchez, en el convento de las Carmelitas Descalzas de Zarautz.
J.C.CORDOVILLA

NACIONAL	2	NAVARRA	12	ESQUELAS	56
INTERNACIONAL	4	NAFAR	24	CARTELERA	60
ECONOMÍA	6	DEPORTES	25	FARMACIAS	62
OPINIÓN	8	CLASIFICADOS	44	LOTERÍAS	63

DIARIO DE NAVARRA

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,16-17
AVE: 23917 €
ÁREA: 4012 CM² - 194%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 22587
OTS: 119000
SECCIÓN: PORTADA

20 Octubre, 2025



'Los domingos', Concha de Oro en el Festival de San Sebastián, recrea la historia de una joven de 17 años que decide ingresar en un convento de clausura. Como sucedió a Fátima y Carolina, navarras de 21 y 31 años, en las carmelitas Descalzas de Zarautz

"QUIERO SER MONJA DE CLAUSURA"



Carolina Martínez Soto, de pie, y Fátima Sánchez Izquierdo, en la sala de vistas de las carmelitas de Zarautz. JOSÉ CARLOS CORDOVILLA

PILAR FDEZ. LARREA Zarautz

El monasterio de las Carmelitas Descalzas de Zarautz se erige en un caserón de piedra coronado por la torre de su iglesia. Construido hace 120 años, lo rodean ahora edificios de viviendas en altura, en el centro de la localidad costera, a dos calles del mar. Dentro conviven once religiosas. La mayor, María Dolores Mozo Alberdi, donostiarra de 95 años; las dos más jóvenes, son navarras. Carolina Martínez Soto, pamplonesa de 31 años, entró con 21. Y Fátima Sánchez Izquierdo, de Barañáin, la benjamina, sin cumplir los 18, en septiembre de 2021, terminada la selectividad y admitida en la universidad. Una historia paralela a la que relata 'Los Domingos', la película dirigida por Alauda Ruiz de Azúa que se llevó la Concha de Oro en el festival de cine de San Sebastián y que se estrena este 24 de octubre. Narra el largometraje la convulsión que supone en una familia una decisión contracorriente en los cánones de la sociedad actual.

La madre superiora también es navarra, de Tudela. Se llama Pilar Deán, tiene 58 años e inició la vida contemplativa en el convento de Zarautz nada más acabar la carrera de Farmacia. "Hay otra hermana enfermera. Así que nos faltaba una médica", recuerda. Y llegó. En 2012 y con 37 años. También con ascendencia navarra. Es Akiko Tamura Ezquerra, de padre japonés y madre de Pamplona. Cirujana torácica criada en Madrid, estudio Medicina en en Pamplona, fue MIR en el Hospital Princesa de Madrid y ejerció durante años en la Clínica Universidad de Navarra. Hasta que el amor de Dios, pudo más.

Antes de entrar en el convento, lo único que **Carolina Martínez Soto** conocía de Zarautz era el camping. Graduada en Derecho, en la familia y en el colegio siempre le habían educado en la fe. "Pero nunca me planteé esto, quería casarme, tener hijos... Al empezar la carrera me planteé si esa fe que había recibido formaba realmente parte de mí, ¿De verdad creo en Dios? ¿Tiene sentido que busque un sacerdote para confesar?, ¿Que busque ratos para ir a misa?. Vi que sí, que quería cuidar eso, mantener ese don. Aunque en la adolescencia había estado más a mi bola, ya en la uni empecé a buscar ratos de oración, a rezar el Rosario a diario", condensa risueña al otro lado de la escueta ventana enrejada tras la que reciben a las visitas. "Ahora, entonces no, veo que en esos cuatro años yo no quería hacer mi vida pensando en lo que yo quería y a mí me salía, sino que él quería algo para mí y eso me llenaba de alegría. De primeras se me pasó: monja de clausura, pero no hice caso, porque no conocía monjas y era algo... raro", sonríe. "Sí quería que Dios fuera lo primero en mi vida. No tenía una dirección espiritual, pero se lo comenté a un sacerdote porque me parecía algo irreal y yo me planteaba ya mi planning de trabajo, hacer la tesis y demás", explica que al "hablarlo" con el sacerdote lo vio "cada vez más claro".

¿Por qué de clausura? "Lo más conocido para mí en ese momento eran las Misioneras de la Caridad, pero no quiero estar en un sitio concreto ayudando a unas personas concretas, quiero que todo el mundo se acerque a Dios. No me sentía llamada a ayudar en una misión concreta, aunque por ejemplo me gustan mucho los niños...

DIARIO DE NAVARRA

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,16-17
AVE: 23917 €
ÁREA: 4012 CM² - 194%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 22587
OTS: 119000
SECCIÓN: PORTADA

20 Octubre, 2025





Carolina y Fátima, ella aún novicia, en el jardín del monasterio del Buen Pastor, situado en el centro de Zarautz. La imagen se tomó hace hoy una semana. JOSÉ CARLOS CORDOVILLA

Quiero hacer algo para que este mundo sea mejor y creo que desde la clausura llegas a todas partes, es más expansivo, aunque toda vida entregada lo es", reflexiona.

Aún le faltaba encontrar el camino. "Y pensé, a ver cómo me entero yo de esto. A través del sacerdote fui a ver a las monjas de Iesu Communio (instituto fundado en 2010 que reúne a 200 religiosas jóvenes en dos conventos de Burgos y Valencia), pero vi claro que no era mi sitio. Eran muy majas, me acogieron súper bien, pero dije no. Lo hablé con una chica de mi clase que iba a ser carmelita. A mí eso no me sonaba nada. Me explicó la vida del Carmelo, ella conocía el convento de Zarautz, estábamos de exámenes, era un convento cercano, así que vine un día y en mi interior lo vi. No había visto nunca una reja. La hermana Purificación (la que atiende la portería) me dijo que avisaba a la madre y pensé: vendrá al otro lado, no aquí conmigo, me impresionó, pero lo que más me impresionó fue la naturalidad y en la comunidad lo mismo, la alegría", describe resuelta.

"Volví muy contenta, decidí entrar y le dije al director de tesis que no podía comprometerme cuatro años. Salí del despacho tan contenta que pensé: esto no puede ser más que de Dios. Siempre he querido hacer mi plan de vida, así que hablé con mi madre y se lo conté", recuerda que en su casa lo aceptaron bien, tanto su madre, como su padre y sus cuatro hermanos. ¿Mis amigos? "No puedo evitar alegrarme por ti, me dicen al verme tan contenta y tan feliz, aunque les parezca muy fuerte".

En el convento prescinden del teléfono móvil. "El primer día, por inercia, haces el gesto de sacar el teléfono y contar a tus amigas lo que has hecho durante el día y ya no lo tienes, pero es liberador desprenderse de él", coincide con Fátima.

Reciben visitas una vez al mes, aunque la hermana Carolina afirma que "este tiempo se alarga conforme las amigas se casan y en la familia cada uno emprende su camino". "Es algo natural, aunque no les vea, estamos muy cerca", afirma convencida.

"Quería ser bióloga marina"

Fátima Sánchez Izquierdo es la mayor de dos hermanos. Estudió en el colegio Miravalles, vivía en Barañáin, recibía clases de violín en una escuela de música y, antes de encontrarse con Dios, le gustaba ver series en su tiempo libre. Una adolescente como tantas en una familia, la suya, católica y cercana a distintos movimientos en la iglesia. El encuentro con los carismáticos, desvela, "fue el punto de partida" y después se intensificaron sus tiempos de oración, de voluntariado...

Ella quería estudiar biología marina. o ciencias del mar. Le encantaba el agua. "Desde muy pequeña mi madre me llevaba a la piscina, me entusiasmaba nadar, bucear. En primero de bachiller empecé a ir a la renovación carismática y tuve un encuentro con el amor de Dios que me descolocó y que transformó completamente mi vida. A raíz de eso pensé que realmente Dios existe y me ama. Aunque a pesar de todo, en la adolescencia te distraes y lo dejas de lado", sostiene.

"Quería entregarme a Dios, no sabía cómo. Y pensé, bueno, monja. Pero no conocía a ninguna y busqué en Google, tipos de monjas, a ver qué encontraba. Salió una lista por orden alfabético: adoratrices, agustinas... me llamó la atención carmelitas descalzas, investigué un poco, empecé a hablar con un sacerdote del cole y a discernir si eso era o no lo mío. Como veía mi vocación, descarté la biología marina, y se lo conté a mis padres. Me propusieron ir en verano a Iesu Communio, en Valencia, donde hay muchas monjas jóvenes, son muy majas, pero vi que no era mi lugar", explica que a través de su director espiritual conoció al de la madre Pilar de Zarautz. No conocía Zarautz, salvo de pasada con una excursión del colegio a Getaria, pero vine con mis padres, con 16 años y sentí que era como mi casa. Les pedí volver de nuevo, es verdad que había confinamiento perimetral y no era fácil, además tenía exámenes, pero insistí y les pedí ir en mi cumpleaños, finalmente aceptaron. Fue una sorpresa, me quedé dos días con ellas. Justo vine con una sudadera en la que ponía Brownie, de esa marca, y me dijeron: qué curioso, acaba de nacer un pato y le hemos puesto de nombre brownie", ríe simpática, como prácticamente en toda la conversación. Destaca el azul de sus ojos en un rostro muy joven de tez clara, el color del mar, sobre el blanco del hábito de postulante.

"Mis padres también tuvieron que hacer un discernimiento. Porque entiendo que da miedo, un día en misa el sacerdote dijo que los padres tenían que dejar a sus hijos seguir su camino y creo que aquello les acabó de convencer. Aunque en diciembre eran los exámenes previos de la Universidad de Navarra y me inscribí en Filosofía y en Literatura y Escritura creativa. Mi madre me apuntaba a todas las conferencias y puertas abiertas de la universidad", desliza aquellos meses convulsos. "Fuimos a hablar con el obispo de Pamplona (Francisco Pérez) y él les dejó tranquilos. Les aconsejó: dejadle, si es su vocación va a ser muy feliz y si no, es muy joven, saldrá y se dedicará a lo que tenga que hacer". Con esa premisa y un equipaje ligero, el 18 de septiembre hace cuatro años, dejaba para siempre Barañáin.

El 22 de noviembre prometerá los votos temporales, es algo así como el ecuador de su noviciado. "Se han duplicado los plazos", explica la madre superiora, "porque había muchos casos de exclaustración y secularización". "También la gente se casa más tarde", interviene Akiko Tamura, como una manera de explicar que tal vez haga falta más tiempo para madurar una decisión tan relevante.

Las carmelitas de Zarautz se levantan a las 6.30 horas. Rezan la liturgia de las horas, siete rezos a lo largo de la jornada y también tienen ratos de oración en silencio. El trabajo en la huerta, las plantas medicinales, el cuidado de las gallinas y los patos, la cocina o el mantenimiento de la casa les ocupa buena parte de la mañana y un rato por la tarde. Tras la comida y después de cenar es cuando comparten, conversan, hablan. "El resto del día procuramos estar en silencio", añade Carolina Martínez. Asegura que no sabía ni cómo era una aguja de ganchillo, no había cogido nunca una azada. Las labores y la huerta son ahora parte de su rutina. Como lo es la albañilería, la electricidad o la fontanería. "Nos apañamos nosotras para el mantenimiento de la casa, casi para todo", añade la madre superiora.

Apenas salen para ir a votar o a renovar el carné de identidad. Es una ocasión para saludarlas en la calle. O para un abrazo. "Yo no lo necesito realmente. Sé que estamos unidas, y eso familia y amigos lo entienden, cuando tienen fe, si no ya es otro asunto, captan la unión que se da a través de la oración, yo no me siento lejos de mi familia y ellos me dicen lo mismo", comparte la hermana Carolina.

EN FRASES

Fátima Sánchez Izquierdo
NOVICIA DE 21 AÑOS

"Mis padres también tuvieron que hacer un discernimiento, da miedo, pero yo soy feliz aquí"

Carolina Martínez Soto
CARMELITA DESCALZA, 31 AÑOS"

"No conocía a ninguna monja, pensé en la clausura, pero al principio lo descarté, sonaba raro en estos tiempos. Cuando conocí el convento de Zarautz, lo vi"

La Opinión A Coruña

20 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 2
AVE: 466 €
ÁREA: 47 CM² - 21%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2521
OTS: 14000
SECCIÓN: OPINION



El latido de la libertad

ELENA FERNÁNDEZ-PELLO
Mujeres



No sería mala cosa entretener la espera hasta el estreno en cines de *Los domingos*, la película con la que Alauda Ruiz de Azúa se ha alzado con la Concha de Oro en la última edición del Festival de San Sebastián, dando un repaso a la trayectoria, aún breve, de la directora. Hasta el 24 de octubre, el día en el que la película se subirá a la cartelera nacional, hay tiempo más que suficiente para ver dos de sus obras más significativas, su primer largometraje y una serie.

Ambas han dado que hablar largo y tendido. Se puede catalogar como una cineasta feminista, si se quiere simplificar, y, por supuesto, lo es, pero el planteamiento de Ruiz de Azúa es complejo y más ambicioso. Una trata sobre cuidadores y cuidados, la otra sobre el consentimiento; ambas sobre identidades y relaciones, y, en último término, las dos sobre los condicionamientos sociales, culturales y familiares y sobre el deseo de autoafirmación personal. Sobre la libertad individual, en definitiva.

La película, *Cinco lobitos*, de 2022, empieza enfocada en la maternidad y sus re-

«La cinematografía de Alauda Ruiz de Azúa reivindica al individuo por encima de las convenciones sociales»

contemporáneos. Hacia la mitad del metraje ensancha la mirada, en una panorámica intergeneracional, y muestra una sociedad que aún no ha integrado ni resuelto el asunto de los cuidados, ni los de los niños ni los de los mayores. La otra, *Querer*, de 2023, es un drama narrado en cuatro capítulos, cargado de sutilezas, sobre una manera de entender el matrimonio y la pareja que legitima el sometimiento, el control y el abuso, y de nuevo aquí pone en evidencia los contrastes entre unas generaciones y otras.

Las mujeres son las protagonistas y hay en ellas, pese a la resignación, sobre todo la de las más veteranas, cierta clarividencia. Intentan entender y entenderse.

Los personajes masculinos, por el contrario, parecen sumidos en una suerte de inconsciencia. Ellos no entienden y, a veces, tampoco quieren entender. Poco duchos en el lenguaje de los sentimientos, intentan hacerlo lo mejor que pueden, pero lo mejor a menudo no es suficiente.

La de Alauda Ruiz de Azúa no es una narrativa efectista, no es una guionista de tramas enredadas ni desenlaces inesperados. Todo lo que muestra es familiar, puede resultar hasta aburrido por momentos: una recién parida dolorida y llorosa superada por su nueva responsabilidad, una buena ama de casa envuelta en comodidades burguesas.

Lo emocionante de la obra de Ruiz de Azúa es esa reivindicación del individuo, el latido de la libertad por debajo de todos las convenciones.

COMOEXPLICARTE
ESPACIO GASTRO-CULTURAL



REVIEW #CINE: 'LOS DOMINGOS' O EL MILAGRO DE CREER EN ALGO

EN PANTALLA por COMOEXPLICARTE - 19 OCTUBRE, 2025

Hay películas que no buscan respuestas, sino aprender a formular las preguntas correctas. Los domingos, la nueva obra de Alauda Ruiz de Azúa, presentada en el Festival de San Sebastián, es una de ellas. Tras el éxito de Cinco lobitos, la directora bilbaína firma una película profundamente humana sobre la fe y la vocación, dos palabras que hoy parecen antiguas, pero que aquí recuperan toda su fuerza y sentido.

Ruiz de Azúa aborda la fe desde un terreno poco habitual en el cine español: el respeto. No hay ironía ni caricatura, sino curiosidad genuina por entender qué lleva a una joven del siglo XXI, que baila reguetón y usa TikTok, a querer ingresar en un convento. La directora se adentra en ese misterio con una mirada empática, casi documental, que se aleja de lo doctrinal y se acerca a lo humano.

Lo que podría haber sido un ejercicio de exotismo o crítica fácil se convierte aquí en un proceso íntimo de discernimiento, filmado desde la duda, el desconcierto y la ternura. Ruiz de Azúa no juzga; observa. Su cámara se mueve con la curiosidad de quien no busca demostrar nada, sino comprender. La película consigue algo excepcional: hablar de Dios sin provocar rechazo, incluso entre los espectadores más alejados de la fe.

La película parte de un hecho real que la directora conoció hace años, nada más y nada menos que el deseo de una chica de consagrarse y la conmoción que provocó en su familia. Esa premisa sencilla le sirve para explorar una tensión universal: cómo reaccionamos cuando alguien cercano elige una vida que se escapa de nuestro entendimiento.

La debutante Blanca Soroa encarna con contención y naturalidad a Ainara, la protagonista de 17 años que siente la llamada religiosa y cuya interpretación transmite una mezcla de serenidad, duda y emoción. A su lado destaca Patricia López Arnaiz como Maite, la tía atea de fuerte carácter, en la que es probablemente la mejor interpretación del elenco. Miguel Garcés aporta sobriedad al papel del padre distante, mientras que Juan Minujín ofrece calidez y comprensión como Pablo, pareja de Maite. Mabel Rivera interpreta a la abuela, un personaje más secundario que actúa como nexo familiar, y el grupo de amigos de Ainara, compañeros del coro de su colegio, aporta una mirada juvenil y coral a la historia.

Lo admirable del guion —que Ruiz de Azúa ha trabajado durante años— es el retrato del proceso vocacional. No lo presentan como una certeza repentina, sino como una lucha, una mezcla de entusiasmo, miedo y desconcierto. Su protagonista no es una santa, sino una joven que duda, que se equivoca, que ama y sufre. Precisamente por eso su decisión final emociona: porque nace del conflicto, no de la imposición.

Pero Los domingos no es una película confesional. Ruiz de Azúa, fiel a su honestidad, plantea las preguntas más incómodas: ¿hasta qué punto una elección tan radical es libre? ¿Y por qué nos cuesta tanto aceptar la fe ajena cuando no la compartimos? La cineasta no ofrece respuestas, pero deja una sensación de diálogo abierto, de mirada limpia. Construye su relato sobre una línea de equilibrio entre opuestos: la razón frente a la fe, el deseo frente a la devoción, lo tangible frente a lo invisible.

Incluso la música se convierte en espejo de esa dicotomía. La banda sonora avanza a ritmo de contrastes: del reguetón de Quédate de Quevedo, que abre la cinta y ancla a los personajes en el presente más urbano y juvenil, a las armonías corales y litúrgicas que emergen en los momentos de recogimiento.

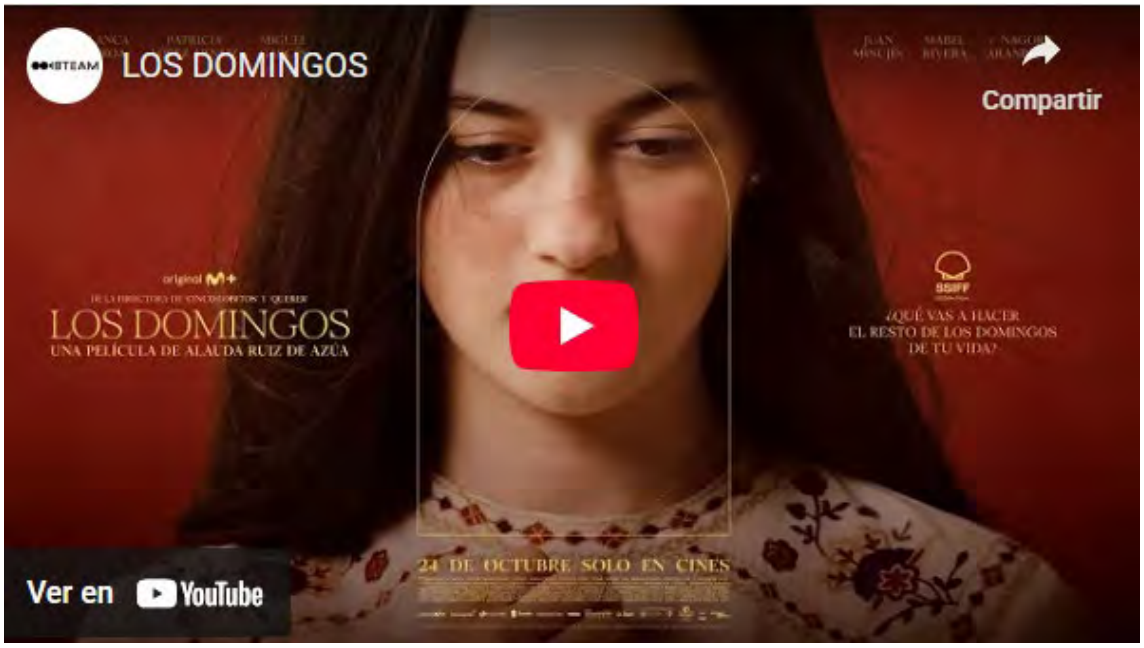
¿Por qué verla?

Porque muestra la perplejidad de los no creyentes ante lo que consideran una "rendición irracional", pero también el miedo de los creyentes ante una fe que, llevada al extremo, puede parecer incomprensible incluso para ellos.

La directora retrata ese abismo con la delicadeza de quien sabe que la fe, como el amor, no puede explicarse, solo vivirse. Llega a los cines el 24 de octubre de 2025.

Valoración: ★★★★★

Texto: Gemma Ribera



NOMINATIONS

Oscars Nominations 2026

Latest Coverage on the Oscars →

Best International Film

CONTENDER	ODDS		
 1. Sentimental Value ★	98.11%	98% ▲	+
 2. It Was Just an Accident ★	97.01%	97% ▲	+
 3. The Secret Agent ★	95.60%	96% ▲	+
 4. No Other Choice ★	89.78%	90% ▲	+
 5. The Voice of Hind Rajib	69.65%	70% ▲	+
 6. Sound of Falling	15.25%	15% ▲	+
 7. Sirât	13.21%	13% ▲	+
 8. Left-Handed Girl	6.45%	6% ▲	+
 9. Belén	1.73%	2% ▲	+
 10. Mr. Nobody Against Putin	1.10%	1% ▲	+
 11. Magellan	0.94%	1% ▲	+
 12. The Tale of Sylian	0.94%	1% ▲	+
 13. A Poet	0.79%	1% ▲	+
 14. 2000 Meters to Andriivka	0.79%	1% ▲	+

	**15.** My Father's Shadow	0.63%	1% ▲	+
	**16.** A Useful Ghost	0.47%	0% –	+
	**17.** All That's Left of You	0.31%	0% –	+
	**18.** Dog of God	0.31%	0% –	+
	**19.** Late Shift	0.31%	0% –	+
	**20.** The Wolves Always Come at Night	0.31%	0% –	+
	**21.** One of Those Days When Hemme Dies	0.16%	0% –	+
	**22.** Sanatorium	0.16%	0% –	+
	**23.** We Shall Not Be Moved	0.16%	0% –	+
	**24.** Homebound	0.16%	0%	+
	**25.** Kokuho	0.16%	0% –	+
	**26.** The Mysterious Gaze of the Flamingo	0.16%	0% –	+
	**27.** Orphan	0.16%	0% –	+
	**28.** Calle Málaga	0.00%	0% –	+
	**29.** Disco Afrika: A Malagasy Story	0.00%	0% –	+
	**30.** Familia	0.00%	0% –	+

The Hollywood Reporter

MOVIE FEATURES

Oscar Predictions via Feinberg Forecast: Scott Updates His Picks as Race Enters October

The Hollywood Reporter's executive editor of awards coverage offers his latest take on 12 categories.

By **Scott Feinberg** October 6, 2025 11:25am



Sean Bean and Daniel Day-Lewis in 'Anemone' Courtesy of Focus

A NOTE FROM SCOTT For those of us who cover awards season, the month of September felt like a bombardment — of films, festivals and flacks fighting for attention for their clients. But now that we have emerged into October, I must say that I feel a slight sense of relief, having screened the vast majority of awards hopefuls and gathered a pretty good sense of the landscape.

Since our last update, Paul Thomas Anderson's One Battle After Another (Warner Bros.) was released in theaters and began dominating the awards conversation. With rave reviews (it is at 95 percent on Rotten Tomatoes) and promising grosses (it has already crossed the $100 million mark worldwide), if also a high bar to actually become profitable (its budget, pre-marketing, was apparently $130 million), it is now neck-and-neck with — and probably even slightly ahead of — Hamnet (Focus), Sinners (Warners) and Sentimental Value (Neon) at the top of the best picture race.

In other developments, The Testament of Ann Lee found a U.S. distributor, powerhouse Searchlight, and has the potential to shake things up in a number of categories, not least best actress — which feels like the most fluid of the four acting categories — with Amanda Seyfried. The big question mark for that category is whether or not One Battle's breakout Chase Infiniti will be campaigned for it; I think she could contend there, and moving her out of the supporting actress race would improve the nomination prospects for her co-stars Regina Hall and Teyana Taylor. Warner Bros. has not yet made a final call on categories, but for the purposes of the forecast below, I am working on the assumption that that's what they will end up doing.

This past weekend at the box office, The Smashing Machine (A24), which was made for $40 million, debuted wide and hit some turbulence, grossing just $6 million, the least of any film in which Dwayne Johnson has played a leading role. (The release of Taylor Swift: The Official Release Party of a Showgirl certainly didn't help, although I'm not sure how much overlap there really is between the audiences for the two.) But having been in attendance at Smashing Machine's official Academy screening in L.A. (I moderated the Q&A), which was far better attended than most other recent member screenings (with the exception of One Battle After Another), my sense is that Johnson and supporting actress Emily Blunt's prospects remain strong.

Meanwhile, on the East Coast, the New York Film Festival is chugging along. It opened on Sept. 26 with the North American premiere of After the Hunt (Amazon/MGM), which fell rather flat (it's at 51 percent on Rotten Tomatoes). The fest later hosted the world premiere of Anemone (Focus), which marks the return to the screen of Daniel Day-Lewis, and was lauded primarily for the three-time Oscar winner's performance (it's at just 57 percent on RT); the world premiere of Ben Stiller's doc about his late parents, Stiller & Meara: Nothing Is Lost (Apple); the North American premiere of Kathryn Bigelow's A House of Dynamite (Netflix), which was warmly received (it's at a solid 85 percent on RT); and the New York premiere of Springsteen: Deliver Me From Nowhere (20th Century), excitement around which was boosted by the attendance of — and a performance by — Bruce Springsteen himself.

NYFF will close on Friday with the world premiere of Bradley Cooper's Is This Thing On? (Searchlight) — but first, tonight, the fest will host "a secret screening of a highly anticipated new film," which, I understand, could have even greater awards season implications. Stay tuned!

PLEASE REMEMBER: Scott's forecasts do not necessarily reflect his personal preferences. His aim is not to advocate for what he thinks the members of the Academy of Motion Picture Arts and Sciences should do, but rather to project what they will do. He arrives at his projections by screening many films, analyzing their campaigns, speaking with voters and studying relevant history and stats.

Best International Feature



Young mothers

Frontrunners
Norway — *Sentimental Value* (Neon)
Brazil — *The Secret Agent* (Neon)
France — *It Was Just an Accident* (Neon)
South Korea — *No Other Choice* (Neon)
Ukraine — *2000 Meters to Andriivka* (PBS)

Major Threats
Germany — *Sound of Falling* (Mubi)
Spain — *Sirāt* (Neon)
Taiwan — *Left-Handed Girl* (Netflix)
North Macedonia — *The Tale of Silyan* (Nat Geo)

Still to See / Under Embargo
Argentina — *Belén* (still seeking U.S. distribution)
Belgium — *Young Mothers* (Music Box)
Canada — *The Things You Kill* (Cineverse)
Chile — *The Mysterious Gaze of the Flamingo* (still seeking U.S. distribution)
Czech Republic — *I'm Not Everything I Want to Be* (still seeking U.S. distribution)
Denmark — *Mr. Nobody Against Putin* (still seeking U.S. distribution)
Hungary — *Orphan* (still seeking U.S. distribution)
Iceland — *The Love That Remains* (Janus)
Iraq — *The President's Cake* (Sony Classics)

Ireland — *Sanatorium* (still seeking U.S. distribution)
Israel — *The Sea* (still seeking U.S. distribution)
Italy — *Familia* (still seeking U.S. distribution)
Jordan — *All That's Left of You* (Watermelon/Visibility)
Mexico — *We Shall Not Be Moved* (still seeking U.S. distribution)
Palestine — *Palestine 36* (Watermelon)
Philippines — *Magellan* (Janus)
Poland — *Kafka* (still seeking U.S. distribution)
Senegal — *Demba* (still seeking U.S. distribution)
Switzerland — *Late Shift* (still seeking U.S. distribution)
Thailand — *A Useful Ghost* (Cineverse)
Tunisia — *The Voice of Hind Rajab* (still seeking U.S. distribution)

NEXT BEST PICTURE
NBP

Oscar Predictions

Here are the 2025 Oscar Predictions from the NBP staff! Ranking is updated in real-time, and is constantly changing until the end of the year. Accuracy will be calculated after the winners are announced at The 98th Annual Academy Awards.

Best International Feature



Rank		Change
1	SENTIMENTAL VALUE (Norway)	
2	IT WAS JUST AN ACCIDENT (France)	
3	THE SECRET AGENT (Brazil)	
4	NO OTHER CHOICE (South Korea)	
5	THE PRESIDENT'S CAKE (Iraq)	▲ 1
6	THE VOICE OF HIND RAJAB (Tunisia)	▼ 1
7	SIRĀT (Spain)	
8	LEFT-HANDED GIRL (Taiwan)	
9	SOUND OF FALLING (Germany)	
10	THE LOVE THAT REMAINS (Iceland)	

IndieWire

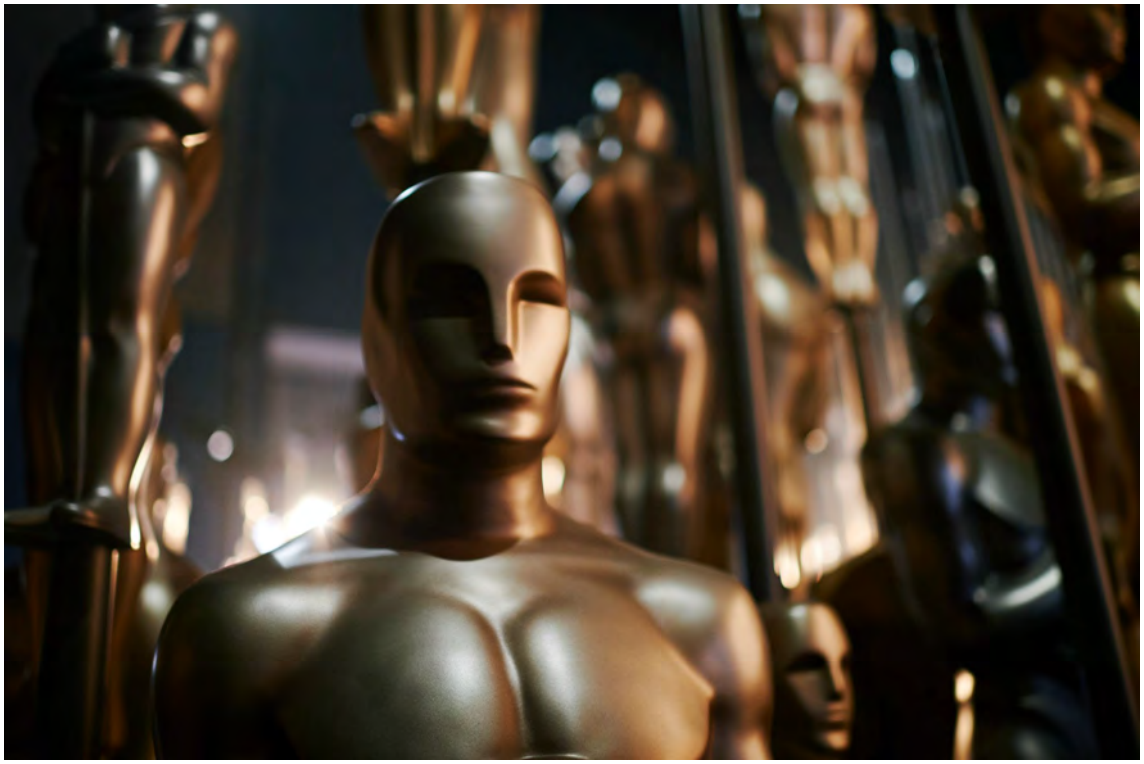
NEWS FILM TV AWARDS VIDEO FUTURE OF FILMMAKING

AWARDS PREDICTIONS

2026 Oscar Predictions: Who Will Win at the Academy Awards?

As the 2026 Oscars race takes shape, IndieWire will provide predictions for which films, filmmakers, and stars will win Best Picture and more at the 98th Academy Awards.

By **Marcus Jones** October 15, 2025 3:00 pm



***Editor's note**: Throughout the Oscar season, IndieWire will update this page with in-depth Oscar predictions from Awards Editor Marcus Jones, Craft Editor Sarah Shachat, and Curation Editor Wilson Chapman. In addition to predictions for each category, listing the ever-changing contenders, we will be reporting on what films have captivated voters, rules changes made by the Academy of Motion Picture Arts and Sciences, interviews with potential nominees, and much more.*

The State of the Race

The last couple weeks have quite literally been eventful, with the New York Film Festival becoming the central hub of the awards race. While I was not there, plenty of my colleagues were, leading them to see the Oscar prospects for Luca Guadagnino's "After the Hunt" continue to putter out, while surprise screening "Marty Supreme," helmed by Josh Safdie, skyrocketed into Best Picture contention.

Going into the fall, A24 did not give much indication of which one of their solo Safdie brother films would be getting the biggest awards push, and things were equal there for a while after Benny Safdie won the Silver Lion at the Venice Film Festival for his solo directorial debut "The Smashing Machine." But the market ultimately made the decision for them, with news that the Dwayne Johnson vehicle underperformed at the box office brutally hitting the same day that "Marty Supreme" took New York City by storm.

The sports comedy fantasia starring Timothée Chalamet always had a bit of a leg up just by virtue of telling a bigger scale story that is more original. While Safdie's "The Smashing Machine" recreates multiple shots from the documentary it's inspired by, "Marty Supreme" plays fast and loose with what it borrows from the real-life table tennis icon Marty Reisman's history (he really did tour with the Harlem Globetrotters). At least that puts the brothers in separate categories for their screenplays.

In terms of the acting categories, Chalamet is sure to score a second Best Actor nomination in a row, after nearly winning for "A Complete Unknown," as the role in "Marty Supreme," a film he also produced, is much more representative of the ambition and intensity he displayed on the Shrine Auditorium stage accepting his SAG Award earlier this year. He may be the only actor nominated, as co-stars Gwyneth Paltrow and Odessa A'zion impress, but do not have as much to do as other contenders in the surprisingly strong Best Supporting Actress race this year. I'll let my colleagues sing praise of the craft of the film, but "Marty Supreme" highly succeeds on that front as well.

However, for all those words said about "Marty Supreme," it was never officially advertised as part of the official NYFF selection the way the world premiere of "Is This Thing On?," the latest film from director/actor Bradley Cooper, was. Programming that film to close the festival was arguably an even bigger get than the world premiere of "Anemone," which saw two-time Oscar winner Daniel Day-Lewis return to acting.

Overall, reactions to "Is This Thing On?" were mixed positive, as the film about a man becoming a standup comic as a way to cope with being separated from his wife smartly does not hyper-fixate on being funny. In a lesser year, star Will Arnett really could have been a viable Best Actor contender (and never say never), but 2025 has had so many

amazing lead performances from men that the below list of predictions with a full 18 names of Best Actor contenders still has a few noticeable absences. The "Arrested Development" star turned premier podcaster has a better chance of an adapted screenplay nod with Cooper, while co-star Laura Dern moves up the rankings of possible Best Actress nominees as a former volleyball Olympian claiming she and Arnett's character should "call it" on their marriage in the opening minutes of the Searchlight Pictures release.

As for updates on the rest of the field of Best Picture contenders, the majority of releases are competing against the idea that they will be knocked out of the race by "Wicked: For Good" and "Avatar: Fire and Ash," both sequels to recent Best Picture nominees. Personally, I am beginning to get "F1"-pilled, as one of the hottest tickets in Hollywood the same weekend as NYFF closing was the Academy screening of the Apple Studios/Warner Bros. Pictures collaboration, which featured both Brad Pitt and champion racer Sir Lewis Hamilton on a panel with producer Jerry Bruckheimer, director Joseph Kosinski, and stars Damson Idris and Sarah Niles.

While the film did not fully take over the world, racking in $630 million on a budget that was conservatively a third of that, it did have a very big international audience at a time in which Oscar prognosticators have been adjusting predictions based on the Academy's taste, and makeup of the membership, becoming more global. Kosinski, who studied architecture and mechanical engineering, is also better than most at sharing details about how exactly his productions have moved filmmaking forward, with Claudio Miranda's cinematography on "F1" being even more high tech than the ones the actual sport uses.

It is also worth noting that Netflix has recently had a string of premieres for its awards slate, from "A House of Dynamite" to "Ballad of a Small Player," but the one that is most on the upswing is "Frankenstein." Though Guillermo del Toro's latest film did not receive the type of launchpad it was hoping for out of Venice, being second in line for the People's Choice Award at TIFF has really helped turn the tide for the long-anticipated project. The complaint is still that the first part is a little sleepy, and the wolves in the film are reminiscent of "Twilight" (derogatory), but the sets and costumes are incredible, and Jacob Elordi's profound turn as the monster is one of the most pleasant surprises of the season.

Next in line is the premiere of "Jay Kelly" at AFI Fest in Los Angeles, which even more so than other contenders getting premieres or special screenings at the festival, like "Springsteen: Deliver Me from Nowhere," "Train Dreams," or "The Testament of Ann Lee," is a real make or break moment for the Noah Baumbach film.

I've been theorizing that the closer to Hollywood the film screens, the better it plays (Venice and New York were mixed on it, while it was warmly received at Telluride), but if the AFI attendees don't fall in love with it, Netflix will have to really rethink what their Best Picture strategy will be this year, with so many projects on the bubble.

Animation Analysis

The big story of the Animated Feature race is whether or not Netflix can keep it "Golden." The breakout film hit of the summer, the streamer's jubilant "KPOP Demon Hunters" isn't just the company's biggest animated movie ever: it's their biggest film, period, and a bonafide phenomenon. Between record numbers on streaming, a soundtrack album that has blown up the Billboard charts, and sold out sing-along shows, "KPOP Demon Hunters" is one of those rare movies in the heavily fractured media landscape to feel like a legitimate monoculture moment.

But will that translate to Oscars glory?

In recent years, the Animated Feature race has gone from one of the most predictable and milquetoast races — where you could pencil in a Pixar of Disney film to win — to one of the most exciting. However, thanks to the expansion of Academy ranks to improve on diversity and bring in international voters, which has had an impact on many races but is most starkly seen in the last three Animated Feature winners. In 2022, Netflix's own stop-motion "Pinocchio" from Guillermo del Toro won; 2023 and 2024, meanwhile, went to international efforts "The Boy and the Heron" and "Flow," the latter of which made history as the first independent feature to win the trophy.

All that being said: the category no longer defaults to the most widely seen film anymore, as it did in years' past. There's plenty still in "Demon Hunters" favor, from genuine audience enthusiasm to its global appeal that can certainly play well with international voters. But it will have genuine competition against other contenders, both big and small. —Wilson Chapman on 9/18/25

Craft Analysis

It is still the middle of September, and there are yet more things in Heaven and Earth than are dreamt of in our awards season philosophy here at IndieWire. But, with the conclusion of Venice, Telluride, and TIFF, the poor players who strut and fret their hour upon the (Oscar) stage are mostly identifiable. OK, that second Shakespeare reference is from "Macbeth," but "Hamnet," does seem to be in as strong a position for the craft categories as it is for the above-the-line awards. This is the second time that a Chloe Zhao film has received the TIFF People's Choice — and the first time was with "Nomadland."

Our craft category predictions are playing a little fast and loose with some movies still to be released, in terms of whether we are waiting for time to tell or just going ahead and giving them contender status — most especially "Frankenstein," which should be competitive in a lot of categories even if the Guillermo Del Toro movie receives a more muted response; but there is also "Avatar: Fire and Ash," which almost certainly will demand visual effects and camera consideration, given James Cameron keeps inventing new technology in order to make these films; we are still giving "Wicked: For Good" an incumbency advantage; the positive reception of Rian Johnson's "Wake Up Dead Man" could be good for multiple craft categories, too.

Looking ahead, the New York Film Festival will likely be a further proving ground for Benny Safdie's "The Smashing Machine," Noah Baumbach's "Jay Kelly," and Park Chan-wook's "No Other Choice." If they pick up stronger awards momentum, their crafts will come under more (for your) consideration. —Sarah Shachat on 9/18/25

The 98th Oscars telecast will be broadcast on Sunday, March 15 and air live on ABC at 7:00 p.m. ET/ 4:00 p.m. PT. See the full list of predictions below, which will be refreshed throughout the race, and follow IndieWire on X, Instagram, and Facebook for all the latest Oscars news.

Potential nominees are listed in alphabetical order; no film will be deemed a frontrunner until we have seen it. "Time Will Tell" refers to films that have not yet screened for critics and/or are without distribution.

Additional category predictions to be announced.

Best International Feature



Frontrunners:
Brazil: “The Secret Agent” (Kleber Mendonça Filho)
France: “It Was Just an Accident” (Jafar Panahi)
Norway: “Sentimental Value” (Joachim Trier)
South Korea: “No Other Choice” (Park Chan-wook)
Taiwan: “Left-Handed Girl” (Shih-Ching Tsou)

Contenders:
Germany: “Sound of Falling” (Mascha Schilinski)
Iraq: “The President’s Cake” (Hasan Hadi)
Morocco: “Calle Málaga” (Maryam Touzani)
Spain: “Sirāt” (Óliver Laxe)
Tunisia: “The Voice of Hind Rajab” (Kaouther Ben Hania)

Long Shots:
India: “Homebound” (Neeraj Ghaywan)
Jordan: “All That’s Left of You” (Cherien Dabis)
North Macedonia: “The Tale of Silyan” (Tamara Kotevska)
United Kingdom: “My Father’s Shadow” (Akinola Davies Jr.)
Ukraine: “2000 Meters to Andriivka” (Mstyslav Chernov)

In a Perfect World:
Argentina: “Belén” (Dolores Fonzi)
Canada: “The Things You Kill” (Alireza Khatami)
Colombia: “A Poet” (Simón Mesa Soto)

IndieWire ≡



Sergi López y Óliver Laxe posan en el photocall del New York Film Festival, donde presentaron 'Sirat' · Fotografía: ***New York Film Festival***

TEMPORADA DE PREMIOS

Las 20 rivales de 'Sirat' y Óliver Laxe en la carrera del Oscar a la Mejor Película internacional

El martes 16 de diciembre se hará pública la lista de las 15 películas que siguen en la carrera por suceder en el palmarés a la brasileña 'Aún estoy aquí'

DANIEL MANTILLA 18.10.2025

'Sirat' ya tiene rivales en su camino al Oscar. La Academia de Hollywood aún tiene que hacer la lista oficial de películas que optan a entrar en la categoría de Mejor Película internacional, pero **el 1 de octubre finalizó el plazo** para que cada país comunicara a la organización su representante en la 98 edición de los premios más populares de la industria del cine. Aunque en el último momento siempre hay sorpresas (en forma de descalificación por parte de la institución por no respetar las bases de la categoría o de selección que no había sido hecho pública por el comité de selección del país de turno, como la apuesta de Reino Unido por 'My father's shadow'), **ahora mismo hay 90 aspirantes a suceder en el palmarés a la brasileña 'Aún estoy aquí'**, de Walter Salles.

Las 20 grandes rivales de 'La sociedad de la nieve' y Bayona en la carrera del Oscar a la Mejor Película internacional'Sirat' será la representante de España en los Premios OscarObjetivo Oscar 2026. 'Sirat' y el calado internacional de la titánica 'rave' de Oliver Laxe

El cine español sueña con volver a los Oscar, un logro habitual en el siglo XX y que con el cambio del sistema de votaciones en la categoría, la incorporación de nuevas cinematografías y la tiranía de los grandes festivales internacionales pasó a ser una anomalía solo al alcance de primeras espadas de la industria como Alejandro Amenábar (‘Mar adentro’ en 2005), Pedro Almodóvar (‘Dolor y gloria’ en 2020) y Juan Antonio Bayona (‘La sociedad de la nieve’ en 2024).

La cuarta película de Óliver Laxe tiene muchos argumentos a favor para llegar a la ‘shortlist’ de 15 aspirantes que se anunciará el martes 16 de diciembre, incluyendo el Premio del Jurado en el Festival de Cannes, el acuerdo con Neon para su estreno en Norteamérica y la gran reacción que deja la película allá por donde pasa. ‘Sirat’ acumula ya más de 600.000 espectadores y 3 millones de euros en Francia, superando ya su exitoso paso por los cines españoles. Desde la película están decididos a dejarse la piel por conseguir la nominación y **está previsto que Laxe pase dos semanas haciendo promoción en Estados Unidos** durante el mes de noviembre, después de viajes exprés para presentar la película en citas tan influyentes como Toronto y Nueva York. A día de hoy, la candidata española está séptima en **GoldDerby**, **The Hollywood Reporter** y **NextBestPicture** y novena en **Indiewire**.

El último año, cuatro de las cinco nominadas salieron del Festival de Cannes, con la excepción de la futura ganadora, ‘Aún estoy aquí’, estrenada en el Festival de Venecia. De las 15 películas que superaron la primera fase de votaciones, solo la tailandesa ‘Cómo hacerse millonario antes de que muera la abuela’, la checa ‘Waves’ y la islandesa ‘Touch’ llegaron a la ‘shortlist’ sin pasar previamente por alguno de los grandes festivales internacionales. **Siete de esas aspirantes se vieron por primera vez en la Croisette**, una plaza destinada a dominar la temporada de premios este año de nuevo. Además, la mayoría de ellas serán distribuidas en Estados Unidos por **Neon**, una compañía que **tendrá que seguir atentamente a la reacción inicial de la industria a sus numerosas apuestas** para decidir cuáles son finalmente sus prioridades.

Todos los años hay alguna sorpresa en las votaciones, pero a continuación repasamos **las 20 películas que parten con más opciones** para aguarle la fiesta al cine español y te contamos qué necesitas saber de ellas por el momento.

Noruega (6 noms) - 'Valor sentimental’, de Joachim Trier

¿De qué va?

Las hermanas Nora y Agnes se reencuentran con su distanciado padre, el carismático Gustav, un antiguo director de renombre que le ofrece a su hija Nora, actriz de teatro, un papel en su próxima película.



Stellan Skarsgård y Renate Reinsve, en un fotograma de 'Valor sentimental', de Joachim Trier · Fotografía: ***Elastica***

Nora lo rechaza y pronto descubre que le ha dado su papel a una joven y entusiasta estrella de Hollywood. De repente, las dos hermanas deben sortear su complicada relación con su padre y lidiar con una estrella estadounidense que se encuentra en medio de su compleja dinámica familiar.

Lo que hay que saber

'Valor sentimental' es **la cuarta película de Joachim Trier en ser escogida por Noruega para luchar por el Oscar**, quedándose a las puertas de la gloria en 2022 con 'La peor persona del mundo'. El melodrama con ecos del cine de Ingmar Bergman, ganador en tres ocasiones de la estatuilla dorada, es a priori la candidata con más posibilidades de saltar a otras disciplinas fuera del nicho reservado al cine internacional. Neon ha confirmado ya sus ambiciones de llegar a las categorías de Mejor Película, Dirección (Joachim Trier), Guion original (Joachim Trier y Eskil Vogt, nominados ya por 'La peor personal del mundo'), Actriz protagonista (Renate Reinsve), Actor secundario (Stellan Skarsgård) y Actriz Secundaria (Inga Ibsdotter Lilleaas y Elle Fanning). En los casi 100 años de existencia de los premios, **solo 'Babel', 'Roma' y 'Emilia Pérez' han conseguido más de una candidatura para interpretaciones no habladas en inglés**. El Gran Premio del Jurado en el Festival de Cannes, el segundo puesto en el Premio del Público de Toronto y la entusiasta reacción en Telluride juegan a favor de una película que **debería tener el apoyo de los actores**, la rama más numerosa de la Academia de Hollywood.

Elastica Films estrenará la película en cines españoles el **5 de diciembre**, mientras que en Estados Unidos llegará de mano de Neon el 7 de noviembre.

Francia (39 noms, 9 Oscar) - 'Un simple accidente', de Jafar Panahi



Fotograma de 'Un simple accidente', de Jafar Panahi · Fotografía: ***arte France Cinéma***

¿De qué va?

Lo que empieza como un pequeño accidente desencadena una serie de consecuencias cada vez mayores en 'Un simple accidente', un thriller que explora sobre la culpa, la compasión, la memoria y la resistencia frente a la opresión del sistema iraní.

Lo que hay que saber

Desde 2025, la Academia de Hollywood permite oficialmente que cineastas con estatus de refugiado o asilado representen a un país que no sea el suyo. Es el caso de Jafar Panahi, el reverenciado autor que puede acabar en unos meses con **más de treinta años de sequía para Francia** (su última victoria se remonta 33 años en el tiempo a 'Indochina', de Régis Wargnier). El comité de selección de Irán nunca iba a apostar por la última película de un cineasta que lleva toda su carrera denunciando la situación política en su país, cueste lo que cueste. 'El globo blanco', su ópera prima, es la única de sus películas que ha sido escogida por Irán para competir en la gran fiesta de Hollywood a pesar de ser uno de los contados directores que ha logrado la hazaña de salir victorioso de Venecia ('El círculo', 2000), Berlín ('Taxi', 2015) y Cannes ('Un simple accidente', 2025). Hace unos días, **una conversación entre Martin Scorsese y Jafar Panahi** ponía cierre a la 63 edición del Festival de Nueva York. Neon centrará sus esfuerzos en conseguir la triple nominación como productor, director y guionista para un director que está volcado en la promoción internacional de su última película. El español **Luis Buñuel es el único cineasta extranjero que ha dado la estatuilla a Francia**. Fue en 1973 gracias a 'El discreto encanto de la burguesía'.

La Aventura ha estrenado la película en cines españoles el **17 de octubre**, dos días después de su lanzamiento en Estados Unidos de la mano de Neon.

Brasil (5 noms, 1 Oscar) - 'El agente secreto', de Kleber Mendonça Filho



Wagner Moura en un fotograma de 'Agente secreto', de Kleber Mendonçha Filho · Fotografía: ***Elastica/La Aventura***

¿De qué va?

En 1977, durante la dictadura militar brasileña, Marcelo, un profesor que huye de un pasado turbulento, regresa huyendo a la ciudad de Recife, donde espera construir una nueva vida y reencontrarse con su hijo. Pero pronto se da cuenta de que la ciudad está lejos de ser el refugio que busca, que las fuerzas gubernamentales le persiguen y las amenazas de muerte se ciernen sobre él.

Lo que hay que saber

'El agente secreto' fue **la única película de Cannes 2025 que apareció por partida doble en el palmarés** gracias a los premios de Kleber Mendonça Filho como director y Wagner Moura como actor. Un año después de conseguir su primera estatuilla dorada gracias a 'Aún estoy aquí', el cine brasileño **aspira a convertirse en la primera cinematografía en repetir en la categoría internacional desde que Dinamarca ganara el Oscar en 1988 y 1989** con 'El festín de Babette' y 'Pelle, el conquistador', respectivamente'. 'El agente secreto' completa extraoficialmente un díptico sobre la dictadura militar brasileña iniciado por Walter Salles, el primer cineasta de su país en entrar en la categoría reina en los Oscar y en ganar como Mejor Película internacional. Tras verse perjudicado en el año de 'Doña Clara' por su firme oposición al gobierno de Bolsonaro, Mendonça Filho puede conseguir por fin su primera nominación por un thriller de época que, **según The Hollywood Reporter**, recibiría ahora mismo cinco candidaturas en las categorías principales. Una de ellas sería

para su protagonista, un ídolo local que llevaba casi diez años sin trabajar en Brasil y que puede presumir de una carrera consolidada en Estados Unidos gracias a 'Narcos', 'Civil war' y 'El agente invencible', entre otras.

Elastica Films y **La Aventura** estrenarán la película en cines españoles el **30 de enero**, mientras que en Estados Unidos llegará de mano de Neon el 26 de noviembre (Nueva York) y el 5 de diciembre (Los Ángeles).

Túnez (1 nom): 'La voz de Hind', de Kaouther Ben Hania



Fotograma de 'La voz de Hind', de Kaouther Ben Hania · Fotografía: ***Caramel / La Zona***

¿De qué va?

29 de enero de 2024. Los voluntarios de la Media Luna Roja reciben una llamada de emergencia. Una niña de 6 años está atrapada en un coche bajo fuego en Gaza, suplicando ser rescatada. Mientras intentan mantenerla en la línea, hacen todo lo posible por enviarle una ambulancia. Su nombre, Hind Rajab.

Lo que tienes que saber

'No other land' consiguió ganar el Oscar a la Mejor Película documental a pesar de la negativa de las distribuidoras norteamericanas de estrenar en cines una película que había causado sensación y debate desde **su accidentada victoria en el Festival de Berlín**. No importó. Al final miles de académicos utilizaron su derecho a voto para dar visibilidad a una película que se atrevía a denunciar las miserias del genocidio israelí en Gaza. Kaouther Ben Hania puede seguir este año los pasos de Yuval Abraham, Basel Adra y Hamdan Ballal. Sin embargo, **'La voz de Hind' sigue sin cerrar su distribución en Estados Unidos** incluso después de quedarse a las puertas del León de Oro en Venecia, donde recibió el Gran Premio del Jurado, y de batir el récord histórico de votaciones en la sección Perlak del Festival de San Sebastián.

Curiosamente, el documental **'Put your soul on your hand and walk'**, centrado en la fotoperiodista palestina Fatima Hassouna, **asesinada por el ejército israelí en abril de 2025**, ya tiene garantizado su estreno en cines tras un acuerdo con Kino Lorber. Ben Hania ya ha sido **nominada en dos ocasiones** a los premios de la Academia de Hollywood, en 2021 en la categoría de Mejor Película internacional por **'El hombre que vendió su piel'** y en 2024 en Mejor Película documental por **'Las cuatro hijas'.**

Caramel Films y **La Zona** estrenarán en cines españoles 'La voz de Hind' el próximo 28 de noviembre tras su triunfal presentación en el Festival de San Sebastián, donde se llevó el Premio del Público a la Mejor Película. La película de Ben Hania todavía no tiene cerrada su distribución en Estados Unidos.

Corea del Sur (1 nom, 1 Oscar) - 'No other choice', de Park Chan-wook



El actor Lee Byung-hun en un fotograma promocional de 'No other choice', de Park Chan-Wook · Fotografía: ***NEON***

¿De qué va?

Después de perder su trabajo y poner en peligro el bienestar de su familia, un hombre diseña un plan único para conseguir un nuevo trabajo: eliminar a su competencia. La película es una nueva adaptación de la novela 'The Ax', de Donald E. Westlake, que ya fue llevada al cine por Costa-Gravas en 2005 con la película 'Arcadia'.

Lo que hay que saber

Park Chan-wook es, seguramente, **el pesado pesado del cine de autor contemporáneo que peor suerte ha tenido en los Oscar**. En 2004 'Oldboy' fue dejada de lado en favor del drama bélico 'Lazos de guerra' a pesar de haber ganado el Gran Premio del Jurado en Cannes meses antes. En 2016 el comité de selección surcoreano se decantó por 'El imperio de las sombras' en lugar de 'La doncella', una

película que causó sensación entre la crítica y que acabaría ganando en los BAFTA o en las prestigiosas asociaciones de Los Ángeles y Nueva York, entre muchas otras, a pesar del ninguneo en su país. **En 2022 Park fue seleccionado por primera vez** gracias a 'Decision to leave', ganadora del premio a la Mejor Dirección en Cannes y una de las 15 películas que superaron el primer filtro de los Oscar. Sin embargo, tampoco entró en el quinteto de nominadas en una edición que coronó a la alemana 'Sin novedad en el frente'. 'No other choice', ignorada por el jurado en Venecia y ganadora del Premio del Público reservado al cine no anglosajón en Toronto por delante de 'Valor sentimental', será **una nueva prueba de fuego para Corea del Sur en Hollywood**. 'Parásitos' es la única película de habla no inglesa que ha reinado en la categoría de Mejor Película… y la única producción del país asiático en ser nominada en más de treinta participaciones.

'No other choice' llega a los cines españoles el 20 de marzo de la mano de **Mubi**. En Estados Unidos será Neon quien la estrene el 25 de diciembre.

Otras películas que suenan con fuerza

- **Alemania** (23 noms, 4 Oscar): **'Sound of falling'**, de Mascha Schilinski. Cuatro niñas, Alma, Erika, Angelika y Lenka, pasan su juventud en la misma granja del norte de Alemania. A medida que la casa evoluciona a lo largo de un siglo, los ecos del pasado perduran en sus paredes. Aunque separadas por el tiempo, sus vidas empiezan a reflejarse. Alemania es una de las mayores potencias en la categoría internacional desde la creación del sistema de 'shortlists' y competir con la película que compartió con 'Sirat' el Premio del Jurado en Cannes jugará a su favor. **Elastica Films** estrenará la película en cines españoles en abril. En Estados Unidos llegará de mano de **MUBI**, aunque la fecha todavía no ha sido anunciada.

- **Canadá** (7 noms, 1 Oscar): '**The things you kill**', de Alireza Khatami. Atormentado por la sospechosa muerte de su madre enferma, un profesor universitario obliga a su enigmático jardinero a ejecutar un acto de venganza a sangre fría. El cineasta turco recibió el premio a la Mejor Dirección en el Festival de Sundance, donde compitió en la sección World Cinema Dramatic. **Cineverse** estrenará la película en Estados Unidos.

- **Chile** (2 noms, 1 Oscar): **'La misteriosa mirada del flamenco'**, de Diego Céspedes. A principios de los 80, en el desierto chileno, Lidia, de once años, crece en el seno de una amorosa familia queer empujada al borde de un desagradable y polvoriento pueblo minero. Se les culpa de una misteriosa enfermedad que está empezando a propagarse, que se dice que se transmite a través de una sola mirada, cuando un hombre se enamora de otro. La ópera prima de Céspedes **ganó la prestigiosa sección Una cierta mirada de Cannes** antes de llevarse el premio del Jurado de la Juventud en San Sebastián.

BTeam estrenará la película el 16 de enero, mientras que en Norteamérica acaba de llegar a un acuerdo con **Altered Innocence**, una compañía especializada en películas con temáticas LGBTIQ+.

- **Colombia** (1 nom): **'Un poeta**, de Simón Mesa Soto. La obsesión de Óscar Restrepo por la poesía no le ha reportado ninguna gloria. Envejecido y errático, ha sucumbido al tópico del poeta en la sombra. Conocer a Yurlady, una adolescente de origen humilde, y ayudarla a cultivar su talento trae algo de luz a sus días, pero arrastrarla al mundo de la poesía quizá no sea el camino. El cineasta colombiano ganó el Premio del Jurado en Una cierta mirada en Cannes y Horizontes Latinos en San Sebastian. **1-2 Special estrenará la película en Estados Unidos**, mientras que en España llegará el 1 de abril de la mano de **Atalante**.

- **India** (3 noms): **'Homebound**, de Neeraj Ghaywan. Dos amigos de la infancia de un pequeño pueblo del norte de la India aspiran a lograr trabajo en la policía en busca de la dignidad que durante tanto tiempo se les ha negado. Pero a medida que se acercan a su sueño, la creciente desesperación amenaza el vínculo que los mantiene unidos. La película india quedó tercera en la votación del Premio del Público de Toronto.

- **Irak** (0 noms): **'La tarta del presidente'**, de Hasan Hadi. Mientras la gente lucha a diario por sobrevivir bajo las sanciones en el Iraq de Sadam, Lamia, una niña de nueve años, debe usar su ingenio para reunir los ingredientes de la tarta obligatoria para celebrar el cumpleaños del presidente Sadam Husein o atenerse a las consecuencias: la cárcel o la muerte. El debut de Hasan Hadi **ganó el Premio del Público en la Quincena de Cineastas de Cannes** y recibió una gran acogida del público en San Sebastián. **Atalante** estrenará la película en cines españoles el 6 de febrero. **Sony Pictures Classics** no ha anunciado aún su fecha para Estados Unidos.

- **Islandia** (1 nom): **'El amor que permanece'**, de Hlynur Pálmason. Un año en la vida de una familia mientras los padres afrontan su separación. Las complejidades de la familia, el amor y el impacto de los recuerdos compartidos a través de viñetas íntimas y sucesos extraños. Pálmason, escogido en cuatro ocasiones para representar a su país en la última edicion de los Oscar, estrenó su última película en Cannes Premiere. **Elastica Films** estrenará la película en España en marzo, el mismo mes elegido por **Neon** para su debut en Norteamérica.

- **Israel** (10 noms): **'The sea'**, de Shai Carmeli-Pollaku. Khaled, un chico palestino, emprende un arriesgado primer viaje al mar sin autorización. Su padre Ribhi le busca, arriesgando ser detenido y perder su empleo. El drama fue la gran triunfadora Mejor Película en los Premios Ophir, galardón que implica automáticamente el billete para los premios de la Academia de Hollywood, **provocando la furia del gobierno israeli**, manifestado en la

promesa del ministro de Cultura de dejar sin financiación a la institución que organiza los premios del cine israelí. **Menemsha** estrenará la película en Estados Unidos.

- **Italia** (30 noms, 11 Oscar): **'Familia'**, de Francesco Costabile. Luigi Celeste tiene veinte años y vive con su madre Licia y su hermano Alessandro. Los tres son muy unidos. Hace casi diez años que ninguno de ellos ve a Franco, su pareja y padre, que arruinó la infancia de los dos chicos y la juventud de Licia con recuerdos de miedo y abusos. Luigi vive una vida común y, mientras busca un sentido de pertenencia e identidad, decide unirse a un grupo de extrema derecha donde la rabia y la opresión aún campan a sus anchas. La película de Francesco Costabile, ganadora del premio al Mejor Actor en la sección Orizzonti de Venecia en 2024, se ha beneficiado de que 'La grazia', de Paolo Sorrentino, no se haya estrenado a tiempo este año.

- **Jordania** (1 nom): **'All that's left of you'**, de Cherien Dabis. Una epopeya intergeneracional que narra las vidas de tres generaciones de una familia palestina. Después de que un adolescente palestino se enfrente a soldados israelíes en una protesta en Cisjordania, su madre relata la serie de acontecimientos que le llevaron a ese fatídico momento, empezando por el desplazamiento forzoso de su abuelo. **Watermelon/Visibility** harán un estreno técnico en Estados Unidos a partir del 28 de noviembre. **Javier Bardem y Mark Ruffalo**, dos de las voces de Hollywood que más han denunciado el genocidio en Palestina, **se han unido al proyecto como productores ejecutivos**.

- **Marruecos** (0 noms): **'Calle Málaga'**, de Maryam Touzani. María Ángeles (Carmen Maura) es una española de 79 años que vive sola en Tánger, en el norte de Marruecos, donde disfruta de su ciudad y de su vida diaria. Su vida da un giro cuando su hija Clara (Marta Etura) llega desde Madrid para vender el apartamento en el que siempre ha vivido. Decidida a quedarse en la ciudad que la vio crecer, hará todo lo posible para mantener su hogar y recuperar los objetos de toda una vida. Por el camino, redescubre, contra todo pronóstico, el amor y el deseo. Touzani ya entró en la 'shortlist' con 'El. caftán azúl' y puede repetir con una película que convenció a la crítica, sobre todo gracias a la interpretación de su protagonista, a su paso por Toronto y Venecia. **Caramel Films** estrenará la película en cines españoles el 27 de marzo de 2026.

- **Palestina** (2 noms): **'Palestina 36'**, de Annemarie Jacir. En 1936, los palestinos iniciaron una revuelta liderada por agricultores contra el colonialismo británico que marcó el comienzo del mayor y más largo levantamiento contra los 30 años de dominio británico. **Watermelon Pictures estrenará la película en Estados Unidos** tras su premiere mundial en el Festival de Toronto.

- **Suecia** (16 noms, 3 Oscar): **'Eagles of the republic'**, de Tarik Saleh. George Fahmy, el actor más querido de Egipto, se ve presionado a protagonizar una película encargada por las más altas autoridades egipcias. Aceptando a regañadientes, este papel será la puerta que le hará entrar en el selecto grupo de las personas más poderosas del país. Como una polilla atraída por la luz, comienza un romance con la misteriosa esposa del general que supervisa el proyecto. Saleh ya entró en la 'shortlist' con 'La conspiración del Cairo' y su último trabajo compitió por la Palma de Oro, aunque todavía no ha cerrado su distribución en Estados Unidos.

- **Taiwán** (3 noms, 1 Oscar): **'La chica zurda'**, de Shih-Ching Tsou. Una madre soltera y sus dos hijas regresan a Taipei tras varios años viviendo en el campo para abrir un puesto en un bullicioso mercado nocturno. Cada una a su manera, tendrán que adaptarse a este nuevo entorno para llegar a fin de mes y conseguir mantener la unidad familiar. Tres generaciones de secretos familiares empiezan a desvelarse después de que su abuelo tradicional le diga a la hija menor, que es zurda, que nunca use su 'mano del diablo'. **Sean Baker es el productor y coguionista del debut en solitario de Tsou**, codirectora de 'Take out', el primer largometraje del cuatro veces ganador del Oscar por 'Anora'. **Avalon** estrenará el **20 de febrero** 'La chica zurda'. En Estados Unidos llegará a los cines de la mano de **Netflix** el **14 de noviembre** antes de su estreno en salas dos semanas más tarde, el **28 de noviembre**.

- **Ucrania** ('0 noms): **'2000 Meters to Andriivka'**, de Mstyslav Chernov. La misión de un pelotón ucraniano es atravesar un kilómetro y medio de bosque fuertemente fortificado para liberar un pueblo estratégico de las fuerzas rusas. Un periodista les acompaña y es testigo de los estragos de la guerra y de la creciente incertidumbre sobre su conclusión. Chernov ya ganó el Oscar a la Mejor Película documental por '20 días en Mariupol', aunque se quedó en la fase de 'shortlist' en la categoría internacional. Su nuevo trabajo será distribuido por **PBS Distribution**, una compañía que ya lanzó en Estados Unidos las nominadas 'Abacus. El banco que pagó la crisis' y 'Para Sama'.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Oliver Laxe es profeta en Francia con ‘Sirat’, donde supera los 4,2 millones de euros en los cines y apuntala su carrera al Oscar

Por Redacción AV451 -17 octubre, 2025

‘Sirât’, cuarto largometraje de Oliver Laxe, está actualmente en la carrera por entrar en la preselección de la 98ª edición de los Premios Oscar, para participar en la categoría de Película Internacional. El próximo 16 de diciembre será la fecha en la que se desvelará la shortlist de 15 títulos y si entra en esa lista corta, al filme ya solo le quedará esperar al 22 de enero de 2026, cuando se anunciarán las cinco películas nominadas en esa categoría de mejor película internacional.

La realidad es que el filme del gallego cuenta con serias posibilidades de estar en la ceremonia de entrega de los 98º Premios Oscar, que tendrá lugar el 15 de marzo de 2026, en la ciudad de Los Ángeles. Mientras tanto, los responsables sigue concentrados en este maratón, con los estrenos internacionales programados.



Oliver Laxe, en el rodaje de ‘Sirat’

Muchas de la esperanzas de éxito para conseguirlo están puestas en Neon, la distribuidora internacional detrás de títulos como 'Parásitos', 'Anatomía de una caída', 'Anora' o 'La peor persona del mundo', entre otros. Neon estrenará comercialmente de 'Sirât' en Estados Unidos el próximo mes de noviembre y mientras esto llega, 'Sirat' sigue dando pasos de gigante en el panorama internacional.

Ha poco más de un mes el filme llegó a las salas francesas y su trayectoria allí ensombrece incluso los números conseguidos en España, que ni mucho menos pueden considerarse malos, más bien lo contrario. De hecho, 'Sirat' es de largo la película más taquillera de Oliver Laxe en España, es más, entre las tres anteriores ni se acercan a los números de 'Sirat'.

La opera prima del cineasta gallego, 'Todos Vós Sodes Capitáns' (2010) no llegó ni a 5.000 euros en los cines españoles, la segunda en la lista 'Mimosas' (2016) se acercó a 67.000 euros y la que hasta hace unos meses era su película más exitosa en todos los sentidos, 'O que arde' (2019), superó los 565.000 euros en los cines españoles. Muy lejos están todas de 'Sirat', que es de momento la sexta película española más taquillera del año 2025, con más de 2,8 millones de euros y 428.300 espectadores, de la mano de BTeam Pictures.

Quizá Laxe no sea demasiado profeta en su tierra, aunque esto también está cambiando, pero donde parece que sí lo es con más fuerza, es en Francia. Se trata de un director muy del gusto francés, siempre lo ha sido, como demuestran las sucesivas selecciones para participar en el Festival de Cannes. 'Sirât' participó en la Sección Oficial de la 78ª edición del Festival de Cannes, donde Laxe se convirtió en el único cineasta español premiado en todas sus participaciones en Cannes: '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. Cuatro de cuatro.

Pero este favoritismo trasciende además esos ambientes festivaleros más elitistas o de la crítica francesa, al menos con 'Sirat'. El cuarto largometraje de Laxe llegó a las salas francesas de la mano de Pyramide el pasado 10 de septiembre y desde entonces supera ya los 4,2 millones de euros, 1,4 millones de euros más que en España, esto es un 50 por ciento más. La película ha llegado a otros mercados internacionales, pero ni mucho menos con esa repercusión. Lo más destacado serían los 100.000 dólares contabilizados en Portugal, donde fue estrenada por Nitrato. La realidad es que a la espera de su estreno en multitud de territorios, la taquilla mundial de 'Sirat' superaría ya los siete millones de euros.

El productor Xavi Font (Filmes Da Ermida) ya intuía lo que tenían entre manos, según explicaba hace unos meses a Audiovisual451: «Sentimos que de repente hemos ascendido como cuatro ligas, tanto por la recepción del público, como por visibilidad y repercusión… o por las ventas formalizadas durante el pasado Festival de Cannes, con más de 20 contratos de ventas internacionales y 50 territorios en todo el mundo. 'O que arde', la anterior película de Oliver Laxe, tuvo muchísima repercusión internacional, pero no llegamos para nada a este nivel, sobre todo nos hicimos muy fuertes desde España, pero ahora sentimos que se abren muchísimas puertas en otros lugares. Desde todo lo que es la recepción de la imagen de Oliver como autor o el interés de todas las agencias más importantes del mundo, que han estado contactando o la entrada en Estados Unidos de la mejor manera, nuestro espectro ahora se ha ampliado mucho».

Tras alzarse con el Premio del Jurado en el Festival de Cannes 2025 o pasar por la sección Special Presentations del Festival de Toronto, 'Sirât', cuarto largometraje de Oliver Laxe ha seguido también una fructífera carrera por festivales. El último reconocimiento ha tenido lugar en el Almería Western Film Festival, donde se ha llevado el Premio al mejor largometraje neowéstern.

'Sirât' es una película original Movistar Plus+, uno de los primeros frutos del golpe de timón en su estrategia con el cine español que dio la plataforma de la mano de Domingo Corral, entonces director de Contenidos, a principios del año 2024. Producida en colaboración con El Deseo (productora de Agustín y Pedro Almodóvar), Filmes Da Ermida (Xavi Font y Oliver Laxe), Uri Films (Oriol Maymó) y 4A4 Productions.

El filme cuenta además con el apoyo del fondo Eurimages, ya que es una coproducción de España y Francia. Curiosamente, en 2022, cuando se titulaba 'After', el cuarto largo de Laxe consiguió el apoyo de RTVE, pero cuando la película se convirtió en un original de la plataforma de Telefónica, la cadena pública salió de la ecuación de financiación. The Match Factory se encarga de las ventas internacionales.

La película está escrita por Oliver Laxe y Santiago Fillol (coguionista también junto a Laxe de filmes como 'O que arde' y 'Mimosas'), y protagonizado por Sergi López ('Harry, un amigo que os quiere'), el joven Bruno Núñez ('La Mesías') junto a Stefania Gadda, Joshua Liam Herderson, Tonin Javier, Jade Ouki y Richard Bellamyun, un grupo de actores que se han enfrentado a su primera experiencia cinematográfica, algo habitual en el cine del director de 'Mimosas'.

El equipo técnico de la película está formado por profesionales como Oriol Maymó (‘La línea invisible’) que además de ser productor asumió la dirección de producción; Mauro Herce en la dirección de fotografía (‘O que arde’); Laia Ateca (‘Mantícora’) en la dirección de arte, Nadia Acimi (‘O que arde’, ‘Mimosas’), en el diseño de vestuario, y el músico Kangding Ray, como compositor de la extraordinaria y envolvente banda sonora.

En la película, un hombre (Sergi López) y su hijo (Bruno Núñez) llegan a una rave perdida en medio de las montañas del sur de Marruecos. Buscan a Mar, su hija y hermana, desaparecida hace meses en una de esas fiestas sin amanecer.

El Progreso

PAÍS: España
PÁGINAS: 1-3
AVE: 9916 €
ÁREA: 2081 CM² - 134%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11421
OTS: 69000
SECCIÓN: PORTADA

19 Octubre, 2025



LUCENSES DEL AÑO



Oliver Laxe | DIRECTOR DE CINE



María Pernas | EJECUTIVA



J. Armando Tellado | CEO DE CAPSA



Cintia Folgueira | CIENTÍFICA



José Manuel Sanjurjo | VICEALMIRANTE



Belén Varela | C.OCUPACIONAL TERRA CHÁ



Jim Graña | DIRECTOR DE JIM SPORTS



Esther Teijeiro | BODEGUERA



Erik Quintela | CAPITÁN DEL BREOGÁN



Carmen Tojo | PRESIDENTA DEL CASTRO FSF

Premio al talento y al compromiso de diez figuras de la provincia

El Progreso entregará estos galardones, que distinguen la trayectoria de nueve personas y una entidad, el próximo 14 de noviembre en el Eurostars Gran Hotel de Lugo > 2-3

El Progreso

PAÍS: España
PÁGINAS: 1-3
AVE: 9916 €
ÁREA: 2081 CM² - 134%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11421
OTS: 69000
SECCIÓN: PORTADA

19 Octubre, 2025



Premios al talento lucense

Oliver Laxe y María Pernas figuran entre los distinguidos como Lucenses del Año

▶ Los otros galardonados del mundo de la empresa, la investigación o el deporte son Armando Tellado, Cintia Folgueira, José Manuel Sanjurjo, Érik Quintela, Carmen Tojo, Jim Graña, Esther Teijeiro y el centro ocupacional Terra Chá

R.L.
local@elprogreso.es

LUGO. El director de cine Oliver Laxe, que ha encontrado en Vilela (Navia de Suarna) su lugar de inspiración, es uno de los diez Lucenses de Año que recibirá su reconocimiento en una gala que se celebrará el próximo 14 de noviembre. Un mes después de ese premio el cineasta nacido en París conocerá si su filme 'Sirat' pasa la primera criba de los ~~Oscar~~ y, si es así, a mediados de enero sabrá si es una de las cinco nominadas a la estatuilla a Mejor Película Internacional.

Los otros galardonados por el Grupo El Progreso son ocho profesionales y una entidad de sectores como la empresa, los servicios sociales, la investigación, el Ejército o el deporte.

Junto a Oliver Laxe, serán distinguidos la vicepresidenta ejecutiva de la multinacional francesa de servicios de consultoría tecnológica Capgemini, María Pernas; el Ceo de Central Lechera Asturiana, José Armando Tellado; la investigadora Cintia Folgueira; el director general de Jim Sports, Jim Graña; la bodeguera de la Ribeira Sacra Esther Teijeiro; el vicealmirante del Cuerpo de Ingenieros de la Armada retirado José Manuel Sanjurjo; el capitán del Breogán, Érik Quintela; la presidenta del Castro FSF, Carmen Tojo, y el centro ocupacional Terra Chá, que cumplirá sus bodas de plata en diciembre con Belén Varela como presidenta.

Los premios Lucenses del Año pretenden ponen en valor el talento lucense y reconocer la labor desempeñada a lo largo del último año por profesionales y entidades de la provincia de Lugo.



Los galardonados el año pasado. AEP

Historia
Los galardones llegan a su quinta edición

El Grupo El Progreso recuperó en 2021, tras décadas sin celebrarse, estos premios que ponen en valor el talento que hay en la provincia.

Su embrión fueron los que comenzaron a celebrarse en los años 60 del siglo pasado. Entre los primeros reconocidos figuraba el veterinario Juan Rof Codina. El premio entonces era una placa de plata. Hoy en día es una reproducción de A Mosqueira con una antena de radiodifusión.

Otros organizadores

La organización de este premio también corrió a cargo de Radio Lugo y después por la Asociación de Radio y Televisión, presidida por Paco Rivera.

Los reconocimientos convocados por el Grupo El Progreso cuentan con la colaboración del grupo de energías renovables Ecoener; la cadena de hoteles Hotusa; la cooperativa de crédito lucense Caixa Rural Galega y la empresa de seguridad privada Alcor.

La gala, que se celebrará el 14 de noviembre en el Eurostars Gran Hotel Lugo, será retransmitida por streaming a través de la página web de El Progreso. Las ediciones digital e impresa de este diario ofrecerán una amplia información sobre este acto social al que acudirán las principales autoridades de la provincia.

Oliver Laxe sucede a otra cineasta, Olga Osorio, que fue premiada el año pasado junto al exjefe de la Casa del Rey Jaime Alfonsín; el presidente de la patronal europea de la energía eólica, José Luis Blanco; la historiadora Ana Cabana; el músico Miguel Costas; el diseñador de moda Jorge Acuña; la periodista Marta Darriba; la directora del centro asociado de la Uned, Ana Traseira; el Banco de Alimentos de Lugo y la Semana Santa de Viveiro.

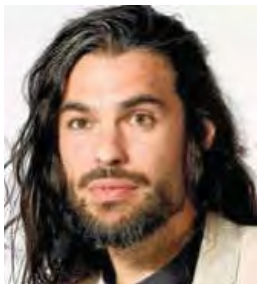
El Progreso

PAÍS: España
PÁGINAS: 1-3
AVE: 9916 €
ÁREA: 2081 CM² - 134%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11421
OTS: 69000
SECCIÓN: PORTADA

19 Octubre, 2025





Oliver Laxe
Director de cine

Su cuarta película, 'Sirat', le ha permitido al director nacido en París y afincado en Navia de Suarna representar al cine español en la carrera hacia los Oscar. Este y sus tres anteriores filmes, 'Todos vosotros sois capitanes', 'Mimosas' y 'O que arde', tienen en común que recibieron diferentes reconocimientos en el Festival de Cannes. Además obtuvo en dos ocasiones el Premio Mestre Mateo a la mejor dirección.



María Pernas
Ejecutiva de Capgemini

La vicepresidenta ejecutiva de la multinacional francesa de servicios de consultoría tecnológica Capgemini fue considerada hace dos años una de las 100 Mujeres Líderes en España. María Pernas ejerce como mindoniense. Fue pregonera de As San Lucas, fiestas que se celebran estos días en la ciudad episcopal. Licenciada en Derecho ocupó también puestos de responsabilidad en Price Waterhouse y Atos.



José Armando Tellado
Ceo de Capsa

Este lucense es una de las voces autorizadas de la industria láctea en España. Además de estar al frente de Central Lechera Asturiana y Capsa Food, es vicepresidente de la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y preside la Fundación Knowcosters. Es un activista del rural y un maratoniano. El mes pasado acabó la prueba de Berlín, que anunció que será la penúltima tras correr 35.



Cintia Folgueira
Científica

Especializada en Biología Molecular y Biotecnología, es doctora en Endocrinología por la USC y realizó su formación postdoctoral en el Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares. Actualmente trabaja como investigadora Miguel Servet en el Instituto de Investigación Sanitaria de Santiago de Compostela. Es también profesora adjunta en la University of Massachusetts Chan Medical School.



José Manuel Sanjurjo
Vicealmirante

Nacido en Lugo en 1945 vive a caballo entre Washington y París. Vicealmirante de la Armada retirado y miembro de la Real Academia de Ingeniería, ha dedicado parte de su actividad no profesional a la historia de la tecnología naval, a la influencia de la revolución industrial en la evolución del armamento y al impacto de la revolución de la información en los sistemas de armas y en la civilización occidental.



Belén Varela
C. Ocupacional Terra Chá

El centro ocupacional Terra Chá cumplirá un cuarto de siglo de vida en diciembre. Su directora es Belén Varela. Esta entidad de Vilalba cuenta con 32 usuarios y ofrece tres talleres: serigrafía, carpintería y jardinería con horticultura terapéutica. Su finalidad es proporcionar un entorno adecuado para el desarrollo personal de las personas adultas con diversidad funcional de la comarca chairega.



Jim Graña
Fundador de Jim Sports

Jesús Manuel 'Jim' Graña fundaba hace casi 30 años en Palas de Rei la empresa Jim Sports, que se ha convertido en un referente nacional e internacional en la distribución de material deportivo con más de 17.000 referencias en catálogo y presencia en casi medio centenar de países. Este empresario ha apostado por el interior de Galicia, pues cuenta con instalaciones también en Triacastela y Melide.



Esther Teijeiro
Bodeguera

A sus 87 años es un símbolo de la viticultura en la Ribeira Sacra y un ejemplo, pues sigue acudiendo a diario a la viña, en Pincelo (Chantada). Esta octogenaria es además una pionera. Fue la primera en hacer producción ecológica y de las primeras que arrimó el hombro para conseguir la denominación de origen. Fue reconocida en su día con un premio a la mujer rural emprendedora.



Érik Quintela
Capitán del Breogán

El base lucense debutaba en el baloncesto profesional hace 13 años de la mano del club de su ciudad, el Breogán. Tras probar fortuna en varios equipos de España y Portugal hace cinco años se volvía a cruzar en su camino el equipo celeste y desde entonces han ido de la mano. El jugador del barrio de Montirón no solo es el capitán del conjunto del león, sino que además es un ídolo para sus aficionados.



Carmen Tojo
Presidenta del Castro FSF

Esta directiva deportiva ha contribuido a que en un tiempo récord el equipo de Castro de Ribeiras de Lea se haya hecho un hueco en la máxima categoría del fútbol sala femenino español, en donde se codea con clubs históricos como el Burela, el Atlético de Madrid o el Melilla. A principios de este año recibía una de las distinciones al Mérito Deportivo de Galicia que concede la Xunta.

ELLE

Penélope Cruz sobre su próxima película con Los Javis: “Llego a cada rodaje como una estudiante más”

El año que viene, Penélope Cruz estrenará 'La bola negra', su primera película dirigida por Los Javis.

Por **Begoña Alonso** 19/10/2025



Puede presumir de ser la única actriz española en haber ganado un Oscar (como Mejor actriz de reparto por 'Vicky Cristina Barcelona' en 2009), de que se la rifan todos los directores de casting, de que es una de las fashionistas más buscadas en los front row -sobre todo de Chanel- y de que es un auténtico icono de la cultura española pero, a pesar de todo eso, Penélope Cruz (Madrid, 1974) intenta mantener la humildad y la honestidad, siempre con los pies en la tierra.

De hecho, hace poco recogió en Los Ángeles el reconocimiento como Icono en la gala anual del Academy Museum, por su impacto global, junto a otros tres galardonados: Bruce Springsteen, Walter Salles y Bowen Yang y no se lo podía creer, tal y como ha confesado en la entrevista de portada de este número de ELLE, un impresionante especial por el 80 aniversario de la revista.

En la entrevista reconoce que sigue asombrándose de poder tener una casa y un plato en la mesa, algo de lo que se siente profundamente agradecida. "No es que haya vivido algún momento en el que pasáramos hambre, pero sí vi lo que costaba salir adelante cada mes. Y fíjate en cómo está el mundo. No es cuestión de que tengas más o menos, sino de valores", explica.



Esa humildad y saber estar la lleva a todos los ámbitos de su vida, también al profesional. Ahora está muy involucrada en el rodaje de 'La bola negra', su primera película con Javier Calvo y Javier Ambrossi. De la propuesta asegura que "es una visión muy fresca y con un punto de vista necesario sobre esa historia, que llega en un momento perfecto" y no le sobran calificativos para los Javis: "Me tienen enamorada, son una pasada".

A esa filmación llega con la ilusión del pasado, de los 18 años, como cuando empezó en la profesión: "Nunca he dejado de valorar mi situación, tener un trabajo que me gusta y del que sé que es un privilegio vivir. Así que intento aprender el máximo, y sigo llegando a cada rodaje como una estudiante más. Esto viene de lo que he visto en mis 15 o 20 primeros años, y te marca mucho, la ética de trabajo de mis padres", reconoce en la entrevista.

'La bola negra' narra las vidas interconectadas de tres hombres en tres épocas distintas. Tres existencias íntimamente ligadas por la sexualidad y el deseo, el dolor y la herencia; y una de las últimas obras, inacabada, de Federico García Lorca. Su rodaje comenzó el pasado 25 de agosto en en Castil de Carrias (Burgos), continuó en diferentes localidades de Cantabria, como Comillas y Valdáliga, siguió en Granada y, en los últimos días, se ha desarrollado en Sigüenza (Guadalajara). Las próximas semanas continuará en Madrid y se completará fuera de España.

mujerhoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 68-73
AVE: 229296 €
ÁREA: 19951 CM² - 562%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 391470
OTS: 372000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025



Abrigo de piel sintética, falda evasé y botas de caña alta. Todo, de ***FENDI.***

Malena Villa Estrella del Sur

TIENE 29 AÑOS Y YA HA TRABAJADO EN MÁS DE 30 PELÍCULAS, SERIES Y OBRAS DE TEATRO. AHORA, LA ACTRIZ ARGENTINA DEMUESTRA SU TALENTO EN *EL SER QUERIDO*, DE RODRIGO SOROGOYEN.

Realización Gervasio PÉREZ *Fotografía* Charly CALDERÓN

mujerhoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 68-73
AVE: 229296 €
ÁREA: 19951 CM² - 562%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 391470
OTS: 372000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025





"EN MI PROFESIÓN TIENES QUE APRENDER A VIVIR PENDIENTE DE UNA LLAMADA DE TELÉFONO"

Top con aplicaciones, falda midi y botas. Todo, de ***FENDI.***

mujerhoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 68-73
AVE: 229296 €
ÁREA: 19951 CM² - 562%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 391470
OTS: 372000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025





"QUIERO VIVIR ENTRE BUENOS AIRES Y MADRID. Y TRABAJAR EN EUROPA Y ESTADOS UNIDOS"

Conjunto de casaca de lana y piel con pantalones a juego, de ***FENDI.***

mujerhoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 68-73
AVE: 229296 €
ÁREA: 19951 CM² - 562%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 391470
OTS: 372000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025





Chaqueta de lana con degradado, de ***FENDI.***

mujerhoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 68-73
AVE: 229296 €
ÁREA: 19951 CM² - 562%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 391470
OTS: 372000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025





Vestido de gasa con aplicaciones, de ***FENDI.***

Tiene nombre de tango", le digo. Ríe. "También mi hermana melliza, Grisel". Malena Villa (Buenos Aires, 1995) es porteña de pro, pero también una enamorada de Madrid, donde reside desde el rodaje de *El llanto* (2024), de Pedro Martín-Calero, que la trajo de su tierra para que la descubriéramos en España. Cantante, compositora, actriz y modelo para esta sesión, no tiene nada del neologismo burlón de *mocatriz*. "Soy lista", dice entre risas y sin acento argentino. "He estado tomando clases para la nueva serie de Netflix que estoy rodando". Es rápida, simpática, con talento natural para la música y la interpretación, nada afectada ni con aires de estrella a pesar de que en su país así la reconocen.

"TRABAJAR CON SOROGOYEN, JAVIER BARDEM Y VICTORIA LUENGO HA SIDO UNA EXPERIENCIA PRECIOSA"

La cámara la quiere. "Me siento cómoda, cómplice", continúa. Pronto estrenará su útima película, *El ser querido*, de Rodrigo Sorogoyen, y está en pleno rodaje de la serie de Netflix *El círculo del asesino*. Debutó a los 11 años con la cinta *Puentes* (2009) y ha hecho cine (*Mariposa*, *Sinfonía para Ana*, *El otro verano, El ángel*...), televisión (*Cien días para enamorarse, Berlín*..), teatro (*Chacabuco, Wellness*) y música (publicó el álbum *La negación* en 2020).

MUJERHOY. Se ha dado prisa... Tiene un currículo larguísimo para su juventud. ¿Cómo surgió todo?
MALENA VILLA. Empecé a los nueve años y, a los 11, ya hice mi primer papel protagonista. Lo siento desde niña: cuando era muy chica y veía las novelas en televisión, quería estar ahí... Y quizá por mi padre [el actor Néstor Villa, que falleció el pasado verano], aunque, cuando se lo dije, no le hizo ninguna gracia, ninguna. Sabía lo dura que es la profesión y me enseñó a controlar la frustración.
Pero le ha ido muy bien.
Sí, muy bien. En realidad hasta los 24 años, cuando llegó la pandemia, no paré ni un segundo. Pero la profesión de actor es un poco frustrante en el sentido de que tienes que aprender a vivir esperando una llamada de teléfono. Me lo enseñó mi padre. Y, en esa montaña rusa, no me siento cómoda. Por eso, quise también hacer música, para sentirme más libre, tener más control de mi vida.
Llegó a España pisando fuerte. Cuénteme cómo.
Hice un *casting* en Buenos Aires para una de las protagonistas de *El llanto*. Acabé aquí, aunque ya venía los veranos y en otras ocasiones, porque mi pareja vive en Madrid. Terminé rodando en España y haciendo una gira por festivales de cine de todo el mundo, que rematamos en el de Tokio.
En los próximos meses estrenará *El ser querido*, del director Rodrigo Sorogoyen, junto a Javier Barden y Victoria Luengo. Sigue pisando fuerte.
Ha sido una experiencia preciosa. Estuvimos más de dos meses rodando encerrados en Fuerteventura y la relación y el trabajo fue muy fácil con todos.
Ha empezado a grabar con Netflix. Si sigue el ritmo, irá menos a Argentina...
Sí, es cierto. Además aquí hay mucha producción cinematográfica, cosa que en Argentina no ocurre. Allí, ahora hay una guerra contra la cultura. Hay técnicos y actores migrando a otros países porque apenas hay trabajo. Yo amo mi país, no querría irme nunca. Ahora estoy rodando *El círculo del asesino*, donde interpreto a una policía española, y estoy feliz. Estaré varios meses, pero después quiero ir a Argentina a grabar un disco.
¿Qué afinidades y diferencias encuentra entre Buenos Aires y Madrid?
La bebida [Risas]. ¡Aquí se bebe mucho! Cuesta seguir el ritmo del tapeo, la comida, la sobremesa, el tardeo... Madrid y Buenos Aires son parecidas por la buena energía que transmiten, por la vida en la calle, la reunión, lo social...
Ustedes tienen fama de intensos...
[Risas]. Bueno, un amigo me dijo que aquí la gente tiende a cerrar la conversación, mientras que los argentinos tendemos a abrirla, a seguir, a continuar, a no parar...
¿Cómo se proyecta en el futuro?
Apenas me proyecto, porque mi padre me enseñó a valorar el momento. Quiero vivir entre Buenos Aires y Madrid, seis meses en cada sitio. Y trabajar en Europa y Estados Unidos. ●

mujerhoy

PAÍS: España
PÁGINAS: 68-73
AVE: 229296 €
ÁREA: 19951 CM² - 562%

FRECUENCIA: Mensual
DIFUSIÓN: 391470
OTS: 372000
SECCIÓN: MAGAZINE

1 Noviembre, 2025



"ME CUESTA SEGUIR EL RITMO ESPAÑOL DEL TAPEO, LA COMIDA, LA SOBREMESA... ¡AQUÍ SE BEBE MUCHO!"



Traje de chaqueta y falda en paño de lana con cristales, de ***FENDI.***

Maquillaje y peluquería: ***Raquel Álvarez.*** Asistente de fotografía: ***Efrén Serrano.*** Asistente de estilismo: ***Elisa Sanz.*** Agente de Malena Villa: ***Crush Management @crushbyc.***

César Vicente vuelve a las pantallas con Los Tigres



El actor sevillano César Vicente va de estreno en estreno, tras presentar Vírgenes este verano, a finales de octubre regresa a los cines con la película Los Tigres.

Actor inquieto y apasionado, este tomareño del 97 vive un momento de plenitud personal y profesional. Afincado de nuevo en Sevilla, César Vicente conecta con sus raíces mientras sigue creciendo en el cine, el teatro y la escritura. Tras rodar *Los Tigres* junto a Alberto Rodríguez y estrenar la comedia *Vírgenes*, mantiene intacta la ilusión por su oficio y por explorar nuevas facetas dentro y fuera de escena.



CÉSAR VICENTE

@ceesarfloyd_

Fotografía Roi Romay

Entrevista Juan Marti

Editor Ramón Fano

Agencia Mesala



Nos sumergimos en el mundo del actor César Vicente en esta entrevista

César, háblame del momento vital en el que te encuentras.

(César Vicente) Estoy en un momento muy bonito. He vuelto a vivir a Sevilla y me siento en casa, lo que me conecta con lo que me gusta: escribir, hacer deporte, ver cine, ir al teatro... Me ilusiona que aquí surjan más proyectos culturales, porque hay muchísimo potencial.

Tu próxima película, Los Tigres, la rodaste muy cerca de tu pueblo, ¿verdad?

(César Vicente) Sí, fue al lado de casa. Rodar con Alberto Rodríguez, que es vecino de mi pueblo, lo hizo todo muy familiar. Los Tigres y Vírgenes las he rodado en Andalucía, y ha sido como volver a jugar en el recreo. Me sentí en casa.

Los Tigres tiene una trama muy potente e intensa, ¿no?

(César Vicente) Sí. Cuenta la historia de dos hermanos buzos industriales, un oficio durísimo del que se habla poco. Trabajan en tareas de riesgo bajo el agua. Mi personaje forma parte de la tripulación y se cruzan muchas historias a bordo. Es un mundo que me fascinó.



“Siempre he estado ligado al agua: fui campeón de Andalucía en natación y campeón de España en canoa. Me flipa todo lo relacionado con el mar”

El submarinismo industrial debe de ser una profesión muy impactante…

(César Vicente) Totalmente. Es precioso y durísimo. Hay que tener valor para sumergirte con un equipo que pesa 30 kilos. Siempre he estado ligado al agua: fui campeón de Andalucía en natación y campeón de España en canoa. Me flipa todo lo relacionado con el mar.

¿Cómo te enfrentas a los procesos de casting?

(César Vicente) Los vivo con mucha entrega. Siempre intento dar lo mejor, porque para mí actuar es más que un trabajo, es mi modo de vida. No descanso: me realizo trabajando, preparando textos, analizando personajes… Es lo que me mueve.

Pero ser actor implica vivir temporadas de parón, en las que estás entre proyectos, ¿no es así?

(César Vicente) Claro. Por eso es vital estar activo y crear. En Sevilla tengo un equipo con el que hago shootings, escenas… Siempre algo artístico. También escribo poesía o relatos cuando puedo. Escribir me da vida, me hace sentir que estoy.



“Quiero crear una compañía o incluso un teatro en Sevilla. Mi sueño es retirarme allí, vivir del teatro y enseñar”

Entiendo que te gustaría, en un futuro, montar tu propia productora…

(César Vicente) Sí. Quiero crear una compañía o incluso un teatro en Sevilla. Mi sueño es retirarme allí, vivir del teatro y enseñar. Me motiva mucho la idea de compartir, motivar a los chavales, crear espacios de compañerismo.

Pero aún te queda mucho camino por recorrer.

(César Vicente) Sí, pero hay que empezar ya. El teatro es un lugar inmenso donde siempre puedes crear algo nuevo. Me encanta ese vértigo. Nunca podría decir “ya he terminado”.

¿Te gustaría tener la oportunidad de habitar un personaje durante un largo tiempo?

(César Vicente) Sí, pero hay que combinarlo todo. Me apasiona lo que hago y quiero montar mi teatro, aunque también necesito estabilidad. Tener tu propio proyecto implica gestionarlo bien, requiere tiempo y cabeza.



“Este oficio te permite descubrir y moldear emociones de formas increíbles”

Y tú, que estás tan arraigado a tu tierra… ¿Qué pasaría si te ofrecen un proyecto de varios meses en el extranjero?

(César Vicente) Iría. Lo importante es trabajar y dar vida a un personaje, sea donde sea. Me mueve eso. Si el proyecto me motiva, allá voy.

¿Sueles sentirte satisfecho con el trabajo que haces?

(César Vicente) Cada vez más, porque me voy conociendo mejor. Este trabajo es un proceso constante. Con la experiencia, aprendes a fluir y a disfrutar del camino. Me gusta descubrir a un César distinto en cada proyecto. Eso es lo que me hace crecer.

Los actores siempre buscáis algo nuevo de vosotros mismos en cada personaje… Siempre intentáis conoceros un poco más.

(César Vicente) Sin duda. Aún me queda mucho por conocer. Meterse en un personaje es conectar con el otro y contigo mismo. Siempre me entrego al máximo, y eso me enseña mucho sobre quién soy. Este oficio te permite descubrir y moldear emociones de formas increíbles.



“He tenido la suerte de rodearme de gente profesional que me inspira a seguir adelante”

¿Qué has descubierto de ti mismo en Los Tigres?

(César Vicente) La importancia de la calma. Rodar con Alberto me marcó. Me metí tanto en el personaje que soñaba con el mar. Me enseñó a sostener la mirada, a estar presente, a entender que no siempre hay que correr. Mi trabajo es mi forma de vivir y cada personaje me hace crecer.

¿Crees que esa hambre de más siempre perdura durante la carrera de un actor?

(César Vicente) Depende de cada uno, pero yo siempre he visto pasión en mis compañeros. Da igual el nivel o la experiencia, siempre hay hambre de contar historias. He tenido la suerte de rodearme de gente profesional que me inspira a seguir adelante.



“La comedia ha sido un registro nuevo y descubrí una faceta que no sabía que tenía”

¿Y tú no tienes miedo de perder las ganas?

(César Vicente) A lo que temo es a perder el amor, las ganas de contar historias, de emocionarnos, de mirarnos a los ojos. Eso sí me asustaría.

Este verano has estrenado Vírgenes, ¿qué recuerdas de rodar esa película con tanta comedia?

(César Vicente) Fue muy especial. La comedia ha sido un registro nuevo y descubrí una faceta que no sabía que tenía. Además, el compañerismo en el rodaje fue brutal. Salí de allí con hermanos.

Texto: Ramón Fano | 17 octubre 2025

Lanza
Diario de La Mancha

Rodaje

Las aguas cristalinas de Ruidera, en la película 'Los Tigres' de Alberto Rodríguez sobre buceo

Buzos de Ruidera Activa han participado en el rodaje de escenas subacuáticas de la nueva película del director que se estrena el 31 de octubre



Rodaje en las Lagunas de Ruidera de 'Los tigres' la película de Alberto Rodríguez que se estrena el 31 de octubre / Ruidera Activa

19 de octubre de 2025 Belén Rodríguez / RUIDERA

Los fondos de aguas cristalinas de las Lagunas de Ruidera aparecen en la nueva película del director de cine Alberto Rodríguez, 'Los Tigres', sobre buceo, que protagonizan Antonio de la Torre y Bárbara Lennie y se estrena el 31 de este mes.

Las escenas de Ruidera -que los expertos en las Lagunas las han reconocido en el tráiler del filme-, se rodaron en la laguna Colgada en tres gélidos días del pasado mes de diciembre, con el asesoramiento y la participación de seis miembros de Ruidera Activa, empresa especializada en buceo que lleva veinticinco años ofreciendo actividades de turismo activo en el parque natural.

“Ha sido una experiencia muy chula, increíble”, cuenta Jesús Pascual, gerente de la empresa más veterana en ofrecer experiencias de turismo activo en Ruidera, con veinticinco años de trayectoria.



Rodaje en las Lagunas de Ruidera de ‘Los tigres’ la película de Alberto Rodríguez que se estrena el 31 de octubre / Ruidera Activa

Imágenes de «el detrás de las cámaras»

Las imágenes de lo que llaman “el detrás de las cámaras” las han difundido en sus redes sociales quince días antes del estreno de ‘Los Tigres’. El equipo de la película buscaba localizaciones subacuáticas con una alta visibilidad, como en el mar, que simulara inmersiones en un embalse, en los que no está permitido rodar.

“En Ruidera tenemos un ecosistema único, de los mejores sitios de Europa para bucear; en muy poquito espacio hay diversos ecosistemas, cuevas, galerías, bosque emergido, y puede pasar por una presa”, explica Pascual.

“Salimos de dobles”

Algunos de los buzos de Ruidera Activa salen de dobles de los actores, que no participaron en el rodaje, aunque sí el director y parte del equipo técnico. “Estuvimos rodando tres días, más otros tres de organización, pruebas y envío de imágenes”.

Desde las cámaras subacuáticas subía un cable hasta la plataforma que montaron en la laguna y de ahí se enviaban las imágenes, a través de una antena, hasta el puesto avanzado del director.



Rodaje en las Lagunas de Ruidera de 'Los tigres' la película de Alberto Rodríguez que se estrena el 31 de octubre / Ruidera Activa

La película se rodó el año pasado y pasó por el Festival de San Sebastián

La película, que pasó por el último Festival de San Sebastián, se rodó el año pasado principalmente en Huelva, según información de la productora Disney. De Huelva aparecen localizaciones únicas como Matalascañas y sus playas, Punta Umbría, Mazagón, la Ría de Huelva, El Rompido, la Isla de Saltés, Palos de la Frontera, el embalse de Aracena o la propia ciudad y su puerto. Así como en los platós de la Ciudad de la Luz (Alicante).

Esta mezcla de escenarios incluye la Bahía de Algeciras y las Lagunas de Ruidera y ofrece un contraste entre la naturaleza salvaje del océano Atlántico y una refinería o un barco petrolero.

Buceo en Ruidera: solo en algunas lagunas y con permiso

El buceo en el parque nacional de las Lagunas de Ruidera solo es posible en algunas lagunas, con permiso de la dirección del espacio protegido y se recomienda desinfectar los equipos.

Del trato con Rodríguez y la producción asegura Pascual que ha sido muy bueno, "en ningún momento faltaron trajes secos, una carpa caliente, caldo, café e incluso desplazaron una ambulancia como parte de su propio protocolo de rescate".

"Con Alberto Rodríguez comimos y charlamos, fue uno más del equipo", remarca.



Uno de los buceadores de Ruidera Activa preparándose para entrar en el agua / Ruidera Activa

De qué va 'Los Tigres'

Antonio y Estrella son hermanos. Su padre era buzo. Llevan toda la vida en el mar. Antonio es el Tigre, un buzo imbatible, el compañero que todos quieren ahí abajo, cuando en unos segundos te juegas la vida y lo haces todos los días. Estrella, asiste a su hermano en la barcaza en la que trabajan.

Ella le mantiene unido a tierra, fuera del agua Antonio es un auténtico desastre. Ha vivido siempre hoy, sin pensar nunca en mañana, su situación económica es delicada. Antonio tiene un accidente y le comunican que sus días de buceo van a acabar pronto. El futuro se les presenta oscuro y complicado. Una situación que puede cambiar cuando dan con un alijo de cocaína escondido en el casco de un petrolero. Antonio no ve otra posibilidad, su hermana Estrella no lo ve claro. Como siempre.

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 37
AVE: 12300 €
ÁREA: 43 CM² - 20%

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

18 Octubre, 2025



Historias de espías

Sergi Pàmies



La figura del topo no pasa de moda. En *Un fantasma en la batalla* (Netflix), el topo es una agente de la Guardia Civil que se infiltra en la estructura de ETA y, pese a los esfuerzos de la organización para identificarlo, consigue desmontar las intenciones más sanguinarias de un comando terrorista. En *El centro* (Movistar+), el topo recibe instrucciones de una secreta estructura financiada por Rusia y los miembros no corruptos de la inteligencia española (no hace falta ser muy inteligente para deducir que es una réplica del CNI) tienen que conseguir identificarlo. En *Task* (Max), el traidor es un agente del FBI que, por interés económico, avisa a los narcotraficantes cada vez de que los federales organizan una redada. Narrativamente, es un recurso que funciona porque permite a los espectadores saber más cosas que la mayoría de protagonistas y, en consecuencia, sentirse más inteligentes.

FRÍO. *El centro* acumula referentes del género de la ficción sobre espías. Los adapta a la realidad española y a un argumento actual y verosímil. Es fácil reconocer las influencias de la extraordinaria *Oficina de infiltrados* y, en uno de los personajes (el que interpreta David Lorente), un intento de acercarse, aun-

La serie *El centro* acumula referentes del género de la ficción sobre espías honestos y traidores

que solo sea remotamente, al Jackson Lamb de *Slow horses*. La solidez de la serie, sin embargo, radica en una factura impecable y un amor por el género de espías que, para que no quede ninguna duda, certifica la escena en la que Juan Diego Botto busca, en la estantería de su casa, el libro que ha leído más veces: *El espía que surgió del frío*, la obra maestra de John Le Carré. Cuando se estrenó la película (en Francia, 1966), fuimos con mi madre y, como solo tenía seis años, me aburrí un poco. Después, aprendí a apreciarla como uno de los grandes hitos de un género –el de películas de espías que reflexionan sobre las contradicciones geopolíticas del presente– adictivo y memorable. En *Le Monde*, el crítico de entonces, Jean de Baroncelli, escribió: "Mucho más apasionante que las sempiternas epopeyas de nuestros agentes perfectos y sin miedos". Si De Baroncelli tuviera que escribir la crítica de *El centro*, sospecho que no sería tan elogioso, pero valoraría su solidez visual y su respeto por el género, encarnado en una historia de espías en la que –el mundo no ha cambiado tanto– los malos siguen siendo los rusos.

La Vanguardia - Catalán

PAÍS: España
PÁGINAS: 37
AVE: 12300 €
ÁREA: 43 CM² - 20%

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

18 Octubre, 2025



Històries d'espies

Sergi Pàmies



La figura del talp no passa de moda. A *Un fantasma en la batalla* (Netflix), el talp és una agent de la Guàrdia Civil que s'infiltra a l'estructura d'ETA i, malgrat els esforços de l'organització per identificar-lo, aconsegueix desmuntar les intencions més sanguinàries d'un comando terrorista. A *El Centro* (Movistar+), el talp rep instruccions d'una secreta estructura finançada per Rússia i els membres no corromputs de la intel·ligència espanyola (no cal ser gaire intel·ligent per deduir que és una rèplica del CNI) han d'aconseguir identificar-lo. A *Task* (Max), el traïdor és un agent de l'FBI que, per interès econòmic, avisa els narcotraficants cada vegada que els federals organitzen una batuda. Narrativament, és un recurs que funciona perquè permet als espectadors saber més coses que la majoria de protagonistes i, en conseqüència, sentir-se més intel·ligents.

FRED. *El Centro* acumula referents del gènere de la ficció sobre espies. Els adapta a la realitat espanyola i a un argument actual i versemblant. És fàcil reconèixer les influències de l'extraordinària *Oficina de infiltrados* i, en un dels personatges (el que interpreta David Lorente), un intent d'acostar-se,

La sèrie 'El Centro' acumula molts referents del gènere de la ficció sobre espies honestos i traïdors

encara que només sigui remotament, al Jackson Lamb de *Slow horses*. La solidesa de la sèrie, però, li ve d'una factura impecable i d'un amor pel gènere d'espies que, perquè no en quedi cap dubte, certifica l'escena en què Juan Diego Botto busca, a la prestatgeria de casa seva, el llibre que més vegades ha llegit: *L'espia que tornava del fred*, l'obra mestra de John le Carré. Quan es va estrenar la pel·lícula (a França, 1966), hi vam anar amb la meva mare i, com que només tenia sis anys, em vaig avorrir una mica. Després, vaig apreciar-la com un dels grans moments d'un gènere –el de pel·lícules d'espies que reflexionen sobre les contradiccions geopolítiques del present– addictiu i memorable. A *Le Monde*, el crític d'aleshores, Jean de Baroncelli, va escriure: "Molt més apassionant que les sempiternes epopeies dels nostres agents perfectes i sense pors". Si De Baroncelli hagués d'escriure la crítica d'*El Centro*, sospito que no seria tan elogiós, però en valoraria la solidesa visual i el respecte pel gènere, encarnat en una història d'espies en què –el món no ha canviat tant– els dolents continuen sent els russos.

SUR EL PERIÓDICO DE MÁLAGA

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,39
AVE: 5569 €
ÁREA: 260 CM² - 50%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5929
OTS: 62000
SECCIÓN: PORTADA

20 Octubre, 2025





Ken Appledorn, en una escena rodada en el merendero El Pollo de Benajarafe. SUR

La serie de espías 'El Centro', quinto estreno en dos meses de una ficción rodada en Málaga

La producción protagonizada por Juan Diego Botto narra la persecución de una trama rusa e incluye escenas en Benajarafe

PACO GRIÑÁN

MÁLAGA. Fue un rodaje enigmático. Unas pocas escenas en Benajarafe, aunque con persecución incluida. Durante la grabación, SUR reconoció en el set al actor norteamericano Ken Appledorn ('Arde Madrid') y trascendió que se trataba de una serie de Movistar+, pero la trama y el título de la producción se mantuvieron en secreto durante la filmación. Como si el equipo de rodaje también fuera un personaje más de la propia trama, ya que con su estreno se ha sabido ahora que se trata de un 'thriller' de espías. Se titula 'El Centro' y narra una historia ambientada en el cuartel general de la inteligencia española, el CNI. Protagonizada por un flemático y astuto Juan Diego Botto, esta serie de agentes encubiertos y topos de la era moderna es la principal apuesta de ficción española de la plataforma para su parrilla de este mes de octubre.

Frente a tanta película y serie sobre la CIA y el MI6, este nuevo título apuesta por adentrarse en el desconocido Centro Nacional de Inteligencia (CNI) para mostrar el funcionamiento de esta institución en la actualidad, aunque con cierto toque a la guerra fría ya que los enemigos son los rusos de la era Putin. La trama arranca con un asesinato que destapa una operación internacional de los servicios de Inteligencia rusos, a la vez que desvela la existencia de un traidor dentro de la propia 'casa'.

Tras ese doble rastro se lanza el perfeccionista espía Michelín (Botto), al que apodan así por su exquisito gusto y olfato para la cocina y las conspiraciones, y su equipo de agentes, entre los que figuran Elena Martín Gimeno ('Creatura'), Israel Elejalde ('Madres paralelas'), Elisabet Casanovas ('Las abogadas'), Clara Segura ('El 47'), David Lorente ('No me gusta conducir'), Nacho Sánchez ('Mantícora') y el villano de la función encarnado por Tristán Ulloa ('La monja guerrera').

Ambientada en Madrid, República Dominicana, Bélgica y Estados Unidos, esta trama viajera –como toda buena producción de espionaje– también incluyó Málaga en su agenda de rodaje, aunque no se ha sabido hasta que las imágenes han desvelado esas escenas que forman parte de los últimos episodios –cinco y seis– de esta producción creada por David Moreno ('Fariña') y dirigida por David Ulloa (responsable de las dos temporadas de 'La chica de nieve', filmadas también en la provincia). Así, la subtrama protagonizada por un ingeniero estadounidense –encarnado por Appledorn, pareja del Moranco Jorge Cadaval– y que se desarrolla en San Fernando (Cádiz) se rodó realmente en el litoral de Vélez Málaga.

Las escenas que se desarrollan en San Fernando se rodaron realmente en el litoral de Vélez Málaga

Huida en moto

Este pasaje gaditano se desarrolló en el popular merendero El Pollo de Benajarafe, donde el actor estadounidense y numerosos extras dieron color a una escena de vigilancia por parte de los miembros del CNI que incluye una huida en motocicleta por la avenida principal, la antigua N-340. La antigua estación de tren de la localidad se cuela en las imágenes, que también ofrecen una escena dramática –no haremos 'spoiler'– grabada en la playa de este núcleo costero.

El estreno de 'El Centro' supone la quinta serie filmada en la provincia que se estrena en las plataformas en menos de dos meses. Una avalancha de novedades que incluye las producciones españolas 'Dos tumbas', un 'thriller' sobre la desaparición de unas jóvenes de un pueblo de Málaga que se situó como la producción de habla no inglesa de Netflix más vista en el mundo, y 'La suerte', una ficción de Hulu (Disney) sobre un torero malagueño en el ocaso de su carrera. Y que se ha completado con dos ficciones internacionales: 'La novia', protagonizada y dirigida por la norteamericana Robin Wright y que acumula 25 millones de visualizaciones en Amazon Prime Video, y 'Los amos de la ciudad', una trama de gángsters ambientada en Liverpool y la Costa del Sol que también se puede ver en Movistar +.

LA RAZÓN
Televisión

Raúl Cimas: «El humor es el objetivo, no un papel para envolver las críticas o los insultos»

Ocasionalmente actor, hablamos con él de la segunda entrega de «Poquita fe» de Movistar Plus+ y de los límites del humor



Gerardo Granda @Murdockmaiz Madrid Creada: 17.10.2025

Raúl Cimas (Albacete, 1976) ha alcanzado su apellido en el universo del humor participando en proyectos muy variopintos. En 2023 triunfaría junto a Esperanza Pedreño formando la pareja de José Ramón y Berta en «Poquita Fé» de Movistar Plus. Le entrevistamos en el Festival de Televisión de Vitoria-Gasteiz (FesTVal) para hablar del estreno de la segunda temporada de esta comedia creada por Pepón Montero y Juan Maidagán.

¿Conoce a algún José Ramón?

Claro, sí. Lo mejor que nos puede pasar a alguien a la hora de afrontar un trabajo de actor, es que también haya mucho de ti, eso te facilita mucho. Entonces, no solo conozco a José Ramón, sino que hay un porcentaje grande del personaje que no tengo que investigar muy fuera de mi frontera.

¿Qué parte has aportado?

Solo puse la riñonera y daba un montón de problemas para el racord y para el sonido, así que ya no voy a aportar absolutamente nada más a la serie.

¿Cuánto hay de improvisación?

Alguna palabra hemos podido cambiar, pero esta es una serie en la que hay frases y escenas muy cortas. Tú contestas muchas veces lo que otro ha dicho en otra escena o le terminas la frase, entonces tampoco da mucho margen a que vayas a cambiar nada. Aparte de que estos guiones son casi de montaje ya. Con escenas tan cortas, al final siempre es más difícil, porque cuando llegas a la escena, si la escena consiste en decir: «Bueno, ¿qué tal? Corten». Mueve todos los focos, vete a cambiarte... No da para mucho más. Las escenas cortas sí que hacen que el proceso de ir cambiando los focos y montando el set siguiente se coma gran parte de la sesión. Hay muchas maneras de trabajar y todas son válidas. Otras veces, en otros proyectos, he ido ahí a hacer un personaje casi que no estaba. Hoy hablaban de los personajes secundarios, que a mí me encanta hacerlos en el cine. Son más divertidos que un protagonista. Un protagonista tiene menos margen para jugar, porque lleva el peso de la historia.

¿Ahí se puede cagar?

No te queda otra; el secundario suele tener más manga. Hay veces que vas a otra producción que dicen: «Tenemos aquí un personaje que no está muy definido y hemos pensado que a lo mejor tú le puedes dar tu toque». Y ese día trabajas así. Pero en este caso no es así.

Pero la gente, cuando va a buscarle, sabe perfectamente lo que puede aportar a una serie.

Yo creo que sí. Tampoco soy una persona que se vuelva loca porque le ofrezcan otra cosa; me gusta también esto. No soy de esos que dice: «A ver si me dan un dramón y un Oscar».

¿Por qué dijo que sí por primera vez?

Nosotros hicimos un piloto hace 12 años. Entonces, no es que yo haya dicho que sí, es que es una serie que intentamos hacer hace mucho. De primeras no conseguimos venderla en aquel piloto y luego ellos, los creadores, Pepón y Juanito, a la vista de que les ofrecieran alguna otra serie, pues dijeron: «Nosotros seguimos empeñados en que está la buena».

Había que esperar el momento adecuado, entonces.

Sí. Luego, con el tiempo, creo que no sientan a todos muy bien esas arrugas que hemos ganado. Molan todos los personajes mucho más 10 años después del piloto. Yo iba en el paquete.

¿Cómo es trabajar con Esperanza Pedreño?

Es una pena que no esté aquí porque es muy divertida y es una gran compañera. Es que estoy tan tranquilo. Porque se le cae la risa de la bolsa. Es graciosa y da ternura. Esa es la mezcla para mí perfecta del humor, alguien que te transmite ternura y te hace reír también.

Los momentos juntos, ¿es difícil mantener el tipo?

Sí, ya hay momentos en que nos puede la risa. Además, es que los personajes en esta temporada en concreto sufren mucho. La temporada pasada tenía el encanto de que casi no pasaba nada. Pero en esta ocasión viven una aventura muy jodida. Duermen poco y van a peor.

Duermen poco, pero por buenas razones…

Sí, bueno, pero a nadie le gusta dormir con los suegros, ni mucho menos con estos que se pegan, con ese nivel de estrés y otra vez la crisis. Nosotros teníamos que estar serios y jodidos, y que nos pusieran ojeras.

¿En qué tiene Raúl Cimas «Poquita Fe»?

En la humanidad.

¿El humor tiene límites?

Me gusta que los haya, pero no es en el humor en sí, sino en la relación que se establece con la otra persona o con el público. Yo procuro dejar muy claro que estoy de broma. Esto, que es muy evidente, no siempre pasa. A mí me gusta que el humor sea el objetivo. No un papel con el que envuelves una crítica o un insulto. Si sentamos tú y yo unas bases de que estamos de cachondeo, entra todo. Si es «estoy hablando en serio, pero utilizo un poco el humor». Eso para mí no es humor. Es otra cosa. No es malo tampoco.

Esta serie debería ser diaria.

Me matas.

La gente ha disfrutado tanto que le gustaría sentarse todos los días a ver un capitulillo.

Hay cosas que lo mejor es en pequeñas dosis. Esto lo escriben dos personas y ellos mismos se entienden. Eso ya condiciona. A mí también me gustaría, pero díselo a ellos; verás cómo te van a poner otra cara.

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 12300 €
ÁREA: 43 CM² - 20%

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

19 Octubre, 2025



Sánchez y 'La revuelta'

Víctor-M. Amela



La misma semana en que Pedro Sánchez ha resistido el rudo tirón del brazo de Trump –y logrado no ser arrastrado al suelo egipcio–, el presidente del Gobierno ha encontrado un momento para ver *La revuelta* (La 1, noches, lunes a jueves) y grabar un vídeo y enviar una carta al programa con el estampillado de la Moncloa. El vídeo y la carta llegaron al plató el jueves, para asombro de David Broncano. Pedro Sánchez se dirigía en su vídeo a Julia, hija de Pedro Ponce –comediante y codirector del programa–, debido a que el día anterior Ponce había contado a Broncano que Julia había escrito una carta para la profesora de su clase haciéndose pasar por el presidente, que ordenaba a la profe que permitiese en clase que "los niños hagan lo que quieran". Firma: "Pedro Sánchez, obligo". Y así firmó Pedro Sánchez su carta auténtica remitida a *La revuelta* (con posdata felicitando al profesorado por su desempeño). Pedro Sánchez juega con *La revuelta* igual que David Broncano ha bromeado mucho con la Moncloa (afirmando que cada mañana hace una llamada para recibir directrices). El político y el comediante coinciden en la misma estrategia, y es la inteligente: practicar la travesura y alegre burla ante las cansinas acusaciones de

Sobre la cuestión de la vivienda se funda la segunda temporada de la serie 'Poquita fe', repleta de sonrisas tristes

gubernamentalismo disparadas contra TVE, siendo que llaman gubernamentalismo a lo que es pluralismo. Estas acusaciones responden a esta sola verdad: el mercado de las televisiones privadas se siente amenazado por la audiencia rampante de TVE, que de un año a esta parte empieza a ser histórica en todas sus franjas.

'POQUITA FE'. Sobre la cuestión de la vivienda, hay que ver la segunda temporada de la serie *Poquita fe* (Movistar+ y PrimeVideo), sucesión de hecatombes cotidianas de la pareja protagonista (Raúl Cimas y Esperanza Pedreño) con las que reirás a base de padecimientos. Dijo la crítica de teatro Mari Luz Morales (sería directora de *La Vanguardia*) de una obra de Lorca: "Mueve los labios a risa y a tristeza el corazón": ¡le cuadra a *Poquita fe*! La serie se bebe en doce sorbos (quince minutos por sorbo) de cañita refrescante y deja una sonrisa amarga con ganas de más. Raúl Cimas (estoico José Ramón) es hoy el comediante y cómico mejor de España, presente también en *Ilustres ignorantes* (Movistar+) y *Futuro imperfecto* (La 1). – @amelanovela

La Vanguardia - Catalán

19 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 55
AVE: 12300 €
ÁREA: 43 CM² - 20%

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



Sánchez i 'La Revuelta'

Víctor-M. Amela



La mateixa setmana que Pedro Sánchez ha resistit l'estrebada de Trump –ha aconseguit no veure's arrossegat a terra a Egipte–, el president del Govern ha trobat un moment per veure *La Revuelta* (La 1, nits, de dilluns a dijous) i gravar un vídeo i enviar una carta al programa amb l'estampillat de la Moncloa. El vídeo i la carta van arribar al plató dijous, per a sorpresa de David Broncano. Pedro Sánchez es dirigia en el seu vídeo a la Julia, filla de Pedro Ponce –comediant i codirector del programa–, perquè el dia abans Ponce havia explicat a Broncano que la Julia havia escrit una carta per a la professora de la seva classe fent-se passar pel president, que ordenava a la profe que permetés a classe que "els nens facin el que vulguin". Firma: "Pedro Sánchez, obligo". I així mateix va signar Pedro Sánchez la seva carta autèntica enviada a *La Revuelta* (amb una postdata felicitant el professorat per les seves aptituds). Pedro Sánchez juga amb *La Revuelta* igual que David Broncano ha fet molta broma amb la Moncloa (afirmant que cada matí hi fa una trucada per rebre'n directrius). El polític i el comediant coincideixen en la mateixa estratègia, i és la intel·ligent: practicar la trapelleria i l'alegre burla davant les carregoses

Sobre la qüestió de l'habitatge es basa la segona temporada de la sèrie 'Poquita fe', plena de somriures tristos

acusacions de governamentalisme disparades contra TVE, quan el que anomenen governamentalisme no és sinó pluralisme. Aquestes acusacions responen a aquesta única veritat: el mercat de les televisions privades se sent amenaçat per l'audiència rampant de TVE, que d'un any ençà comença a ser històrica a totes les franges.

'POQUITA FE'. Sobre la qüestió de l'habitatge, cal veure la segona temporada de la sèrie *Poquita fe* (Movistar+ i PrimeVideo), successió d'hecatombes quotidianes de la parella protagonista (Raúl Cimas i Esperanza Pedreño) amb què riuràs a còpia de patiments. Va dir la crítica de teatre Mari Luz Morales (sàvia directora de *La Vanguardia*) d'una obra de Lorca que "mou els llavis a riure i a tristesa el cor": li quadra a *Poquita fe*. La sèrie es beu en dotze xarrups (quinze minuts per xarrup) de canyeta refrescant, i deixa un somriure amarg amb ganes de més. Raúl Cimas (l'estoic José Ramón) és avui el millor comediant i còmic d'Espanya, present també als programes *Ilustres ignorantes* (Movistar+) i *Futuro imperfecto* (La 1). – @amelanovela

PRENSA IBÉRICA

el Periódico

Movistar Plus

"Poquita Fe" y la herencia de los Alcántara

La segunda temporada de la serie de Movistar Plus ha saciado nuestras expectativas, inyectando un poquito de color a nuestros días más grises



José Ramón y Berta buscan piso en la segunda temporada de Poquita Fe.

José Antonio Martínez Perallón 18 OCT 2025 13:00

Era uno de los regresos más esperados y no ha decepcionado. La segunda temporada de Poquita Fe en Movistar Plusha saciado nuestras expectativas, inyectando un poquito de color a nuestros días más grises. Una serie otoñal que nos evoca los mejores momentos de la primavera. Nadie como José Ramón (Raúl Cimas) y Berta (Esperanza Pedreño) para hacer más llevadera la rutina después de las vacaciones. Esta serie ha conseguido hacer arte con la cotidianidad, alcanzando momentos delirantes que arrancarán las carcajadas de sus seguidores. Alternando momentos de falso documental y de ficción propiamente dicha, la pluma de Pepón Montero y Juan Maidagán, responsables de la serie y artífices de otros éxitos televisivos como Camera Cafe, sigue disparando gags a la velocidad de una ametralladora, dejando un volumen de momentos memorables tan alto, que ya querrían para sí muchos otros de los títulos que pueblan la oferta televisiva.

En Poquita Fe, los conflictos más grandes surgen de los detalles más pequeños. Aunque en esta temporada se han centrado en un problema que trae de cabeza a miles de españoles: la dificultad para encontrar vivienda. Si en la primera temporada asistíamos a un año en la vida de la pareja, en esta nueva entrega los acompañamos en los ocho meses que pasan buscando piso. Casi el equivalente a un embarazo. Una situación que les hace tener que volver a vivir en casa de sus padres y que causa numerosos problemas de convivencia. La serie ha conseguido trascender su concepto inicial y ampliando este universo. A la pareja protagonista ya la conocíamos de sobra, pero los secundarios siguen creciendo. Aunque de ellos nos cuesta recordar sus nombres y para nosotros son simplemente los suegros, la madre, la hermana, el amigo... ¿alguien sabe cómo se llaman? Posiblemente no, pero no importa, porque todos conocemos a alguien de nuestra vida cotidiana que son como ellos. Es imposible no esbozar una sonrisa cuando nos acordamos de la serie en un otoño muy dulce para la ficción nacional.



En un momento en que la actualidad atraviesa momentos de continua crispación y polarización, Poquita Fe refleja un mundo en el que esas estridencias parece que han quedado de lado. Solo se deja constancia de ella en un momento hilarante en el último episodio de la temporada, reuniendo en una escena al clásico protestón harto de que le digan que en la Administración solo atienden con cita previa y a un taxista. Pese a la ausencia de la crispación, la serie no está para nada despegada de la realidad. Esa mirada conecta con el legado que nos dejó el cine costumbrista de los años del franquismo en películas como El pisito, El cochecito o El verdugo, en los que se retrataba con humor resignado como era la vida de la clase media. De Marco Ferreri a García Berlanga, pasando por el legado del ya clásico televisivo Cuéntame como pasó. Obras en las que se plasmaba la sociedad de los años de la dictadura, la transición y los primeros gobiernos democráticos.

La serie ha pasado a ser heredera de todos estos títulos y recoge el testigo de mostrar cómo es la vida de la gente de la calle. Berta y José Ramón han pasado a ser los nuevos Alcántara, pero no puede decirse que su vida les depare muchos lujos.

Sus protagonistas viven días grises, pero en su universo el gris brilla más que cualquier otro color. Poquita Fe deja claro que necesita ni amarillo, ni fucsia, ni azul para brillar con luz propia. La discusión sobre quién se sienta en el sofá, la espera frente a un táper de macarrones seco en el microondas, el último ligue de Tinder del vecino o los mensajes de WhatsApp absurdos dentro de un grupo familiar convierten la rutina en comedia. El humor puede nacer también del gris, no solo de los colores más brillantes. Si Cuéntame cómo pasó, mostraba la transformación de España durante los años 60 y 70, en Poquita Fe se refleja la España de hoy. Menos épica, más cansada, pero igual de humana. Berta y Ramón son los nuevos Alcántara de la rutina atrapados entre la precariedad emocional y los pequeños conflictos diarios. Todos tenemos esas pequeñas anécdotas a lo largo de la rutina cotidiana que nos hacen los días más llevaderos. Chascarrillos que suelen ser recordados durante las conversaciones cotidianas y que nos hacen más soportable la rutina. Por mucho que se les tuerzan las cosas a los dos, siempre estaremos esperando a que las cosas vuelvan a arreglarse para ellos.

La buena acogida que ha tenido esta nueva entrega de la mejor comedia española del momento, nos hace albergar la esperanza de que quizá tendremos una tercera temporada. Aunque ya sabemos que en este país es muy raro que algunos títulos se prolonguen mucho más allá de la tercera entrega. Quizá no hace falta un milagro para seguir creyendo. Basta con tener un poco de fe.

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

woman.es

Leticia Dolera protagoniza 'Silencio': "No somos un ideario político, somos personas con heridas y contradicciones"

Leticia Dolera es una de las vampiras marginadas (y muy humanas) que viven en el universo de 'Silencio', la última película de Eduardo Casanovas que brilla en el Festival de Sitges y que llegará a Movistar Plus+ el 1 diciembre, día mundial del Sida. Hablamos con la actriz de silencios, de feminismo, contradicciones y 'Pubertat'.



Leticia Dolera, con estilismo de Carmen Azogue y maquillaje y peluquería de Manuela Pane / Fotografía: Irene Martínez / Asistente fotografía: Sofía Meza

Clara Hernández - 19/10/2025, 7:00

Leticia Dolera no solo es la directora, guionista y protagonista de 'Pubertat' (HBO Max), la serie que atrapa y estremece cada miércoles a los padres de preadolescentes con su relato de una agresión sexual entre menores, así como la razón por la que ese día los chicos de 12, 13 y 14 años no se libran de ser sermoneados por sus mayores sobre la pornografía o la importancia del consentimiento en las relaciones sexuales. Además, la cineasta y actriz forma parte del elenco de 'Silencio', la miniserie reivindicativa, dramática-hilarante, fantasiosa y con maneras de serie B de Eduardo Casanova que estos días brilla en el Festival de Sitges y que el próximo 1 de diciembre, Día Mundial del Sida, llegará a Movistar Plus+.



Leticia Dolera, con estilismo de Carmen Azogue y maquillaje y peluquería de Manuela Pane / Fotógrafa: Irene Martínez ; Asistente fotografía: Sofía Meza

'Silencio' recrea una sociedad de humanos y vampiras, donde unos y otros luchan por su supervivencia: los primeros, ante la pandemia del sida, la peste negra (según el momento) o un mordisco vampírico; las segundas, contra su invisibilidad, la marginalidad, los sentimientos y el hambre. El estigma del VIH, el silencio social... son algunos de los temas que componen este ficción por la que a Leticia Dolera le mereció la pena sumergirse en un ritmo de trabajo trepidante (el rodaje coincidió con la preproducción de 'Pubertat') y aguantar sesiones de maquillaje de cinco horas.

Hablamos con Leticia Dolera sobre 'Silencio', sobre 'Pubertat', sobre sentimientos y sobre contradicciones mientras posa para el objetivo de **Irene Martínez**, con estilismo de **Carmen Azogue** y maquillaje y peluquería de **Manuela Pane.**

'Silencio' habla de VIH y mujeres. Ahora que el sida ya no mata, ¿sí se puede hacer comedia de este tema?

Comedia podemos hacer prácticamente de todo. La pandemia del sida quedó en el pasado pero el VIH sigue estando muy presente en nuestra sociedad y sigue siendo un tabú. Lo que hoy nos mata, al menos psicológicamente, es el estigma y el temor a que se sepa que tienes VIH. La ciencia ha evolucionado mucho pero la sociedad todavía tiene miedo ante una persona con VIH y no se sabe que indetectable es igual a intrasmisible.

" La sociedad aún tiene miedo ante una persona con VIH y no sabe que indetectable es intransferible "

Explícanos...

Una persona medicada puede tener una pareja y relaciones sexuales sin ningún riesgo de transmitir. No nos explican estas cosas porque la educación sexual no figura en el currículum educativo y hay generaciones que nacen con un tabú y una mirada estigmatizante. Hay unos mínimos que les deberíamos enseñar a nuestros chavales desde la escuela porque si no, estamos abandonando a la infancia y a la adolescencia con un tema crucial en sus vidas.

¿Cómo contribuye un universo vampírico al relato?

Las vampiras son una metáfora, yo creo que muy acertada, que ha utilizado Eduardo [Casanova] para hablar de un colectivo que tiene que permanecer oculto y que se le enseña que no puede enamorarse de alguien que esté fuera de su colectivo. En 'Silencio', hay una vampira que se enamora de un humano y es como si estuviera traicionando absolutamente a todo su mundo. Luego dependen de la sangre artificial, que sería un paralelismo de personas con VIH que dependen de la medicación. Y también es interesante porque nos muestra cómo el sistema capitalista llega ahí para comerciar con algo de vital necesidad como es el caso de la sangre artificial para las vampiras.



Leticia Dolera, con estilismo de Carmen Azogue y maquillaje y peluquería de Manuela Pane / Fotógrafa: Irene Martínez ; Asistente fotografía: Sofía Meza

La ficción habla de marginalidad y de invisibilidad no elegida. ¿Cuándo a ti sí te hubiera gustado ser invisible?

En algunos momentos volviendo a casa sola de noche.

" Me gustó mucho verme como monstrua "

'Silencio' tiene secuencias delirantes y maquillajes vampíricos monstruosos. ¿Un rodaje así es tan divertido como parece?

Estaba encantada, me gustó mucho verme como monstrua. Además nuestras vampiras no siguen el patrón de la típica vampira sexualizada cuyo poder tiene que ver con el erotismo, sino que son vampiras monstruo que no basan su poder en lo sexual y que tienen opiniones y personalidades diferentes: está la más cínica, la más romántica, la más severa... Me gusta mucho que Eduardo haya roto con ese estereotipo. En cuanto al maquillaje, eran cinco horas para que nos maquillaran y luego una hora para desmaquillarnos.



Las protagonistas vampiras de 'Silencio', de Eduardo Casanova / D. R.

Suena intenso.

Fue intenso pero merecía mucho la pena. Estábamos felices de poder estar en una historia que tiene una mirada crítica y una conciencia social. Para mí es importante poner el arte al servicio de la vida y hacer proyectos que te ayuden a comprender y te abran la mirada.

" Para mí es importante hacer proyectos que abran la mirada "



Leticia Dolera, con estilismo de Carmen Azogue y maquillaje y peluquería de Manuela Pane / Fotografía: Irene Martínez / Asistente fotografía: Sofía Meza

Cuando una es también directora, ¿te llaman menos, es más difícil que cuenten contigo como actriz para otros proyectos?

Es verdad que desde que dirijo me han llamado menos. Cuando te implicas en un proyecto como, por ejemplo, yo con 'Pubertat', es un trabajo es muy absorbente porque estás en todo el proceso: el proceso de guion, el rodaje, la preproducción, la postproducción... hay momentos que sí puedes compaginarlo con otras cosas pero hay otros incompatibles. Cuando me llamó Eduardo Casanova estaba en preproducción de 'Pubertat' y fue muy estresante. También es desconectar un poco, porque interpretar es como un juego y es el director quien marca las pautas y tú te limitas a dejarte llevar.

'Pubertat', sobre una agresión sexual entre menores, es uno de los fenómenos actuales de HBO Max. ¿Crees que sería sano que la vieran los padres junto a sus hijos?

A partir de los 13 años, sí, sin duda. No hay temas que vayan a ver que ya no sepan. Son temas que los chicos en su cole van a hablarlos con sus amigos, con sus hermanos mayores. Son cosas que les llegan y mejor que les lleguen a través de sus padres que de otra manera. La serie es muy educativa en muchos sentidos. No solo muestra las consecuencias de un acto, también hay luz y muestra que hay cosas que se pueden arreglar.

Interpretas en 'Pubertat' a una madre que abraza la lucha feminista y se pone del lado de las víctimas de la violencia machista hasta que es su hijo quien es acusado de una agresión. ¿Ves factible que ante una situación así hubieras podido reaccionar como ella, contradiciendo tus principios?

Una cosa son las ideas que tienes y luego como actúas cuando te ves en una determinada situación. Eso le pasa a Julia: ella nunca hubiera podido imaginar que se vería ante un supuesto así. En su cabeza, en el mundo de las ideas, habría reaccionado diferente pero en la vida real no somos un ideario político, somos personas con una herencia familiar, con un contexto social, con unas heridas, con una psicología, con unas emociones... A veces la razón y la emoción van por sitios distintos y tenemos que aprender a gestionarlo para actuar de la manera más ética posible conforme con nuestras ideas. Pero mientras caminamos hacia allí, lo hacemos con todas las contradicciones e imperfecciones que conlleva el mundo real.

¿Crees que la educación ante las agresiones sigue estando dirigida a que las mujeres nos protejamos en lugar de a educar los hombres?

Ha sido el gran problema, el problema de la educación y de la mirada patriarcal. Los mensajes que se dan a las niñas son: "No vuelvas tarde, que el taxi te espere en la puerta a que entres en casa, no vayas sola...". Las niñas son educadas en el miedo, poniendo una vez más la responsabilidad en nosotras cuando en realidad el tema de la violencia machista y de la violencia sexual es un problema de los hombres y las afectadas somos nosotras. Pero los que ejercen violencia machista y violencia sexual son los hombres.



Leticia Dolera, con estilismo de Carmen Azogue y maquillaje y peluquería de Manuela Pane / Fotografía: Irene Martínez / Asistente fotografía: Sofía Meza

" Las niñas son educadas en el miedo, y los que ejercen violencia son los hombres "

Eres una persona abiertamente feminista y, entendemos, que una persona experta en percibir comportamientos que no lo son. Aún así, ¿sufres machismo?

Todos lo sufrimos. Es verdad que además el machismo, el patriarcado, intersecciona muy bien con el capitalismo y ahí la lucha de clases tiene mucho que ver. O sea, una mujer obrera se le reducen las posibilidades para huir de ese machismo. Pero está claro que a día de hoy... no sé cuántas presidentas de comunidad autónoma hay, porque por ejemplo está Ayuso que habla mucho y se hace muy viral, pero no se ha llegado ni mucho menos a un sistema paritario en la representación política. Seguimos estando infrarrepresentadas en los puestos de poder en los partidos políticos y en las grandes empresas, que siguen estando liderados por hombres, y sobre nosotras sigue recayendo el peso de los cuidados que son infravalorados porque ni cotizan ni se valoran ni se reparten.



Leticia Dolera es directora y protagonista de la serie 'Pubertat' / Quim Vives

Para algunos eres 'Leticia Dolera, la feminista'. ¿Te molesta que esa característica te defina?

También soy directora y también soy guionista y también soy actriz. Y sí hubo un momento que me agobió porque recibía mucho 'hate' y ponía un tuit y ya era noticia. Hubo un momento en que sí sentí esa carga pero luego vas madurando y vas relativizando todo. Y feminista, con orgullo, soy, por supuesto.

" Hubo un momento que me agobié porque había mucho hate; ponía un tuit y ya era noticia "

¿Te sientes sola alguna vez en esa lucha?

Ahora ya no pero sí hubo un momento en el que había menos figuras públicas y menos voces en los medios que reivindicaban una necesidad de miradas críticas feministas pero ahora, de unos años a esta parte, creo que eso ha cambiado y que somos muchas más las que alzamos la voz. Las que tenemos un altavoz lo aprovechamos para seguir recordando que hay discriminación en muchos ámbitos de la vida, como la discriminación salarial, la feminización de la pobreza o la violencia machista.

Cada 8 de marzo hay diferentes marchas por el Día de la Mujer y el otro día la marcha por la abolición de la prostitución reunió a algunas y repelió a otras. ¿Cuántos tipos de feminismo hay y tú a cuál perteneces?

Yo no catalogo, no pondría etiquetas y no daría carnés de feministas. Las políticas y las agendas son feministas o no son feministas según trabajen o no en pro de la igualdad. Si una propuesta política está destinada a lograr una sociedad más igualitaria, es feminista. En cuanto a la prostitución, está en un lugar de extrema violencia contra las mujeres y en los lugares donde se ha legalizado la prostitución hay datos de que no es verdad que se haya mejorado la vida de las mujeres prostituidas ni sus derechos: al contrario, los derechos han mejorados para proxenetas y puteros. Creo que es la abolición de la prostitución lo que nos hace caminar hacia un mundo más igualitario; lo otro implica perpetuar una mirada cosificadora del cuerpo de las mujeres y de que nuestros cuerpos están al servicio del placer masculino.

Ilustramos esta entrevista con fotos en las que apareces con diferentes looks. ¿La moda es superficial?

La moda es una forma de expresión artística. A través de la moda también puedes expresar personajes, contar mundos, universos... Otra cosa es que podamos hacer una moda más o menos ética en términos de sostenibilidad y de recursos, y que la industria respete los derechos humanos y laborales. Otro eslabón sería qué tipo de cuerpos mostramos siempre que se hace un desfiles o un photoshoot. Es decir, en realidad, la moda es muy política.

¿Y cuál es tu estilo?

Me gusta ir cómoda en al alfombra roja y en mi día a día. A diario voy con zapatillas de deporte, pantalones anchos. Llevo mucha gorra para que no me dé tanto el sol.



Leticia Dolera posa con estilismo de Carmen Azogue y maquillaje y peluquería de Manuel Pane / Fotografía: Irene Martínez / Asistente fotografía: Sofía Meza

El otro día la actriz Cristina Castaño confesaba que llevaba la presión por el físico "como podía". ¿Cómo lo llevas tú?

Esa presión la llevamos todas las mujeres a cuestas, en la profesión y fuera de la profesión. Es verdad que cuando estás más expuesta al público te ves la cara en más sitios, pero creo que es algo universal. El mito de la belleza nos oprime y nos quita tiempo, nos quita autoestima, nos quita dinero, y a la vez, una parte de nosotras quiere encajar en ese modelo. Por lo menos, hay que saber por qué tomamos las decisiones que tomamos.

" El mito de la belleza nos oprime y nos quita tiempo, autoestima y dinero "

¿Cómo te cuidas?

Intento beber mucha agua. Vengo de estar malísima con el helicobácter, lo he pasado fatal. Hubo una época en que mi algoritmo de Instagram era todo pastillas para la inflamación de intestino. Ahora estoy como intentando recuperar mi microbiota. Y hago deporte. Me gusta hacer deporte de fuerza para sentirme fuerte y y poder subir la maleta del AVE, tranquilamente. Creo que el deporte es muy importante para la salud física y la mental. Me quité Twitter, que también fue una manera de cuidarme. Y luego me he dado cuenta de que me me va bien no dormir con el móvil en la cama, porque entonces al final por la noche leo en lugar de estar haciendo scroll en la nada y eso se nota luego en la cara.

Harper's BAZAAR



CELEBRITIES > EL ESTILO DE...

Leticia Dolera: "Lo que más miedo me da es la falta de pensamiento crítico en las generaciones más jóvenes"

POR MARÍA AGUIRRE Y FOTOGRAFÍA: IRENE MARTINEZ / ESTILISMO: CARMEN AZOGUEPUBLICADO: 19/10/2025

Con los capítulos de 'Pubertat' recién estrenados y cuando está a punto de ver la luz su último trabajo como actriz en *Silencio*, de Eduardo Casanova; aprovechamos para charlar con la directora, actriz, escritora y activista de 43 años sobre trabajo, moda, literatura y su papel en *Al salir de clase*.

Dice **Leticia Dolera** que la inspiración le llega de cualquier persona de su entorno y que es de las que utiliza su arte para tratar todo aquello que le inquieta. Este es el motivo por el que, tras hablar de la crisis existencial de tres mujeres treintañeras en *Vida perfecta*, y de reivindicar el lado feminista de Miguel de Cervantes con la obra de teatro *Marcela*; la autora, directora, actriz y activista ha utilizado su nueva serie, ***Pubertat*** (HBO Max) para contar todo lo que una agresión sexual puede implicar en toda una comunidad y para poner sobre la mesa como las dinámicas machistas heredadas o el tabú de la sexualidad de los adultos repercute gravemente sobre los adolescentes. Pero, además, la actriz acaba de presentar en el Festival de Sitges la nueva miniserie de **Eduardo Casanova, *Silencio*,** donde interpreta a una de las cuatro hermanas vampiras protagonistas. Charlamos con la catalana sobre la infinidad de aristas de esta cuestión, su papel como referente del feminismo contemporáneo y su manera de compaginar sus papeles de creadora e intérprete.

En *Silencio*, de Eduardo Casanova, te metes en la piel de una vampira, ¿cómo ha sido la experiencia de trabajar con él y hacer un papel como este?

Trabajar con Eduardo siempre es un placer y un regalo porque es un director que es un artista. Todas sus películas son universos, yo creo que tú puedes ver un fotograma de un proyecto de Eduardo y sabes que es de Eduardo, porque genera un mundo propio. Eso es muy estimulante, el poder formar parte de ese mundo tan único.

En particular, en *Silencio* creo que Eduardo ha dado con una metáfora brutal al jugar con este paralelismo de ciencia ficción, de las vampiras y de las personas con VIH. Habla de ese colectivo de las vampiras que se ve obligado a ocultarse, a vivir en el ostracismo, que además les han contado cosa que es mentira, que no pueden tener una relación con enamorarse de un humano, y que van a depender siempre de la sangre artificial. Mientras, por otro lado, hace ese paralelismo con las personas con VIH que durante muchos años han vivido bajo el estigma y el miedo, que todavía sigue habiendo porque nos han contado que una persona con VIH no podía enamorarse de una persona sin VIH, cuando en realidad eso ya ha cambiado hace mucho tiempo.

Al igual que los de Eduardo Casanova, todos tus proyectos tienen una sensibilidad visual muy cuidada, ¿qué papel juega la estética en tu forma de narrar?

Yo siempre creo que la estética hay que ponerla al servicio de la historia, al menos es lo que yo hago como directora. Es verdad que en el universo de Eduardo la estética tiene mucho peso, pero seguro que tiene una intención emocional detrás. Entonces yo creo que cada historia te pide su propia estética y nunca hay que luchar contra ello.



En *Pubertat* quería que fuera bonita y estuviera cuidada, pero también quería retratar algo muy realista, muy orgánico, que sintieras que estabas ahí con los personajes y que tú podías ser cualquiera. O sea, que puedes ser esa madre que interpreta Betsy Turner, o ese padre que interpreta a Xavi Saez, o que tu hijo o tu sobrino puede ser cualquiera de los chavales implicados o la supuesta víctima.

En *Pubertat* abordas el consentimiento, la brecha relacional entre los jóvenes y la educación sexual que reciben los adolescentes, ¿por qué te interesaba explorar este terreno?

Usamos el arte para hablar de aquello que nos preocupa y a mí me remueve ver a estos adolescentes intentando comprender qué pasa en el mundo, cuál es su lugar en el feminismo y también qué pasa con la educación sexual. O sea, como nosotros los adultos no tenemos resuelto el tema del consentimiento, no tenemos resuelto el tema del tabú de la sexualidad, y se lo estamos transmitiendo a nuestros hijos e hijas. Quería hablar de esto, de la herencia familiar, de la herencia psicológica y de qué hacemos con el gran temazo de la sexualidad y la educación sexual.

¿Cómo ha sido el proceso de llevar a la pantalla este tema tan complejo?

Ha sido un proceso de desarrollo muy largo en el tiempo porque estuve como tres años escribiendo los guiones. Al principio estuve documentando muchísimo porque me parecía un tema muy serio como para tirar solamente de imaginación, así que hablé con muchas familias, con fiscales de menores, con abogadas que llevan casos de violencia sexual, con psicólogas que trabajan con menores implicados en casos de violencia, ya sean imputables o inimputables. Eso me enriqueció mucho la mirada y aprendí un montón. Ya luego es cuando me puse a desarrollar esta historia que por eso me tomó tanto tiempo, porque son varias familias, son varias miradas, varias formas de enfrentar el mismo conflicto y me interesaba mostrar eso, cómo esos adultos que tienen que ser un faro para los niños son también personas heridas que tienen muchas cosas no resueltas.

Esta ficción llega después de haber logrado el premio más importante en Cannes series por *Vida Perfecta*, ¿te añadió esto presión a la hora de involucrarte en este proyecto?

Supongo que esa presión puede estar en cierto modo, pero nunca ese es el motor. Siempre es encontrar la historia, es como si estuvieras en una habitación oscura y estás con una linterna intentando alumbrar y no quieres perderte nada. Estás tan concentrada en encontrar el corazón de la historia y en encontrar la mejor forma para plasmarla que a mí no me da para pensar en lo que pensaba la gente en los premios. Yo solo quiero llegar al corazón de la historia.

Tus trabajos suelen tener una mirada muy consciente, ¿hay algo que a día de hoy creas que hubieras contado de una forma diferente a cómo lo hiciste hace años?

Cada obra habla de quién eres en ese momento, así que me parece bien abrazar a todas las Letis del pasado: la que contaba los primeros cortos y la que contaba la primera peli.

Hablando del pasado, ha llovido mucho de tu paso por *Al salir de clase*, la serie con la que te pasó a conocer el gran público, ¿qué te viene a la cabeza de aquella época?

Yo tenía 18 años así que imagínate. Me había ido a vivir a Madrid sola por primera vez y recuerdo una época de muchos estímulos, de mucho aprender. También de tener mucho miedo, de tener una autoestima muy frágil, de pensar que me iban a echar de la serie en cualquier momento porque se iban a dar cuenta de que lo hacía fatal. Esas cosas que piensas cuando tienes 18 años.

¿Le dirías algo a esa Leti de los 18 años?

Que disfrute.


678
651

Actúas, diriges, escribes... ¿dónde te sientes más tú?

A mí lo que me gusta es contar historias y eso para mí es genial poderlo hacer desde lugares tan distintos. Es verdad que yo disfruto mucho de escribir y dirigir mis propios proyectos, aunque, claro, eso me permite contar menos historias porque me atrapa mucho más tiempo. Sobre todo porque en los últimos años vengo haciendo series y el desarrollo de una serie se alarga mucho en el tiempo. Pero es que a mí me encanta también, de pronto, poder ser una herramienta para que un autor o una autora cuente su propia visión del mundo o de una historia.

La moda también tiene mucho que decir en este sentido estético, ¿cómo te entiendes con ella? ¿Qué significa para ti?

Es otra forma de expresión y de contar una historia o de contar un personaje. Luego ya podemos analizar que la moda también es política, desde muchos prismas, desde cómo está hecho un vestido, si está respetando los derechos humanos o no, y los derechos laborales. Y luego, yo qué sé, qué tipo de campaña visual hay detrás, hay luego, cuando lo muestras también. Qué tipo de mujer y de hombre estamos contando siempre de manera aspiracional. Todas esas cosas que al final también están generando un tipo de deseo muy concreto.

En ese sentido, ¿qué prendas o qué estilo sientes que traducen mejor tu forma de ver el mundo?

La forma de ver el mundo me parece complicado transmitirla con un vestido, porque es algo mucho más complejo que un look. Lo que sí creo es que la ropa te puede ayudar a variar tu estado de ánimo o incluso a potenciarlo, o en el caso del cine o la televisión, a contar un personaje y un estilo, y en ese sentido sí que me parece algo atractivo. Yo en mi día a día voy muy cómoda, con zapatillas, con pantalones anchos y con bolsos donde me quepan cosas. Y donde me quepa un libro. Para mí lo básico está en eso, que entre un libro.

Hablando de libros, ¿cuáles son los que más te han inspirado últimamente?

Me inspira a crear todo, la propia vida, las conversaciones con la gente de mi entorno. Todas las personas que me rodean, conocidas o no conocidas, para mí son fuente de inspiración. Y luego, claro, hay tanta filosofía que tengo por leer, por un lado, y tantas autoras y autores maravillosos. Ahora me acabo de leer un libro que se llama *Comerás flores*, de libros de la Asteroide, de Lucía Solla, y dije, 'ostras, qué interesante, qué buen retrato de una relación tóxica'. *El descontento,* de Beatriz Serrano, también me gustó mucho.

Eres una voz de referencia en el feminismo contemporáneo. ¿Sientes que la conversación ha evolucionado en los últimos años?

Ha evolucionado seguro. De hecho, en 2018 es cuando ya hemos conseguido ciertas agendas políticas, ya tenemos claro que tenemos que tener una igualdad salarial, ya hemos luchado por las listas paritarias en política y ya tenemos la ley de igualdad, pues se pone en el centro del debate político-feminista la violencia sexual. De pronto el *MeToo* nos hace replantear muchas cosas y mirar hacia nuestra propia vida sexual pasada.

Creo que lo que ahora debemos conseguir es que esta conversación les interpele a ellos, no solo a nosotras, porque creo que el tema de la violencia machista, de la violencia sexual, es un problema de hombres. Las afectadas somos las mujeres, pero quienes ejercen esa violencia son los hombres. Entonces es un problema que deberían plantearse ellos. Creo que ese es el clic que nos falta todavía, que se sientan interpelados y que no caigan en 'yo no, yo no, yo no', sino que, bueno, que podamos abrir un debate. Porque para mí hay como un debate del terreno de lo delictivo y el terreno de lo no delictivo y creo que este último se tendría que poder abrir con una mirada adulta, reflexiva y política. Mirar atrás situaciones donde no ha habido un delito, pero quizás ha habido un malestar y ese malestar ha sido producido de un sexo hacia el otro, seguramente en la mayor parte de los casos del masculino al femenino. Creo que tenemos que poder ser capaces como sociedad adulta de mirar esos momentos de nuestra vida y ver qué pasó ahí y comprender que ahí está operando el poder, que seguramente está operando una mirada machista, una mirada donde las mujeres hemos sido socializadas desde niñas en agradar, en complacer, y los hombres en que las cosas están ahí para ellos (...). Tiene que ser algo que podamos hablar, decir 'esto me causó malestar', 'hostia, pues es verdad, yo aquí fui un egoísta cuando lo supe ver y porque no estaba pensando en mí, en ti, solo en mí'. Para mí ese terreno lo tenemos que poder explorar sin atrincherarnos y eso no debe implicar invalidar el terreno de lo delictivo y de lo traumático.

¿Qué dirías ahora mismo que te da miedo?

Lo que me da miedo es la falta de pensamiento crítico en las generaciones más jóvenes. Como si se hubiera sustituido el pensamiento propio por el algoritmo.

¿Y algo que te emocione de esas generaciones?

La capacidad de asociacionismo. Los seres humanos somos capaces de lo mejor y lo peor. Entonces la misma capacidad también de unirse para despertar a la sociedad en los distintos ámbitos.

Peluquería y maquillaje: Manuela Pane. Asistente de fotografía: Sofía Meza.

MUNDODEPORTIVO

Otro Mundo › Cine y series

CINE Y SERIES

Eduardo Casanova (34), actor y director de 'Silencio': "A lo que se le tiene miedo es a la sociedad, al silencio y a un mundo que te silencia por el desconocimiento"

- Con su estilo provocador, Casanova aborda el miedo al silencio y la marginalidad en una historia que une vampiras, VIH y la belleza de lo monstruoso
- Jean Reno (77), actor y escritor de 'Emma bajo el cielo de Omán': "Si puedes tener confianza en lo que viene de dentro de ti, lo puedes ensayar y lo puedes aplicar a tu vida profesional"



El actor y director admite que no es película apta para todo el mundo. Otras Fuentes

Martina Sábato 17/10/2025 23:00 CEST

Eduardo Casanova ha vuelto con una propuesta que no deja indiferente. 'Silencio', su primera serie, conserva todos los rasgos que han hecho inconfundible su cine: la oscuridad, el deseo y la obsesión por los cuerpos y las almas relegadas a los márgenes. El proyecto, que llegará a Movistar Plus+ el 1 de diciembre —Día Mundial del Sida—, representa una nueva etapa para el director de Pieles y La piedad, quien asegura haber sido "más honesto que nunca" en este trabajo.



Eduardo Casanova, concursante de 'MasterChef Celebrity 8'

Protagonizada por María León, Ana Polvorosa, Leticia Dolera, Mariola Fuentes, Lucía Díez, Carolina Rubio y Omar Ayuso, la serie combina el mito vampírico con un relato que atraviesa el tiempo: desde la Peste Negra hasta la España de los años 80, donde el miedo cambia de rostro pero sigue siendo el mismo. En palabras del propio Casanova, recogidas por 'Fotogramas', 'Silencio' “explora la violencia emocional y los secretos que se ocultan tras la apariencia de lo cotidiano”.



“No hay nada más terrorífico que el silencio”

El director madrileño explicó que el verdadero motor de la serie es la necesidad de romper ese mutismo que oprime. “Utilizo al vampiro como un elemento poético y también porque soy fan del terror”, confesó a 'Fotogramas'. “No hay nada que me parezca más terrorífico que el silencio. Todas mis películas tratan de personas en los márgenes o en silencio, y eso me parece terrorífico”, añadió.

Ese enfoque convierte 'Silencio' en una metáfora sobre el miedo social. “La vampira, o la persona seropositiva, no es a la que se le tiene miedo. A lo que se le tiene miedo es a la sociedad, al silencio y a un mundo que te silencia por el desconocimiento”, afirmó Casanova a 'Fotogramas', subrayando el paralelismo entre el monstruo y quienes son marginados por su diferencia.

Un maquillaje que también cuenta una historia

La estética, como siempre en su obra, es inseparable del mensaje. Casanova ha querido prescindir de la inteligencia artificial y del CGI para trabajar con prótesis reales, en un proceso tan físico como simbólico. “Estoy obsesionado con el maquillaje prostético, el de tapar las caras. Era una forma de que las actrices se sintieran encorsetadas, silenciadas”, explicó a 'Fotogramas'.

El rodaje, sin embargo, fue una experiencia extrema. “Maquillarse tanto es muy difícil para vivir y para trabajar. Eran siete horas de maquillaje, y eran cuatro actrices. Lo peor fue cuando se lo quitaron. Ahí me di cuenta, metafóricamente también, de que lo que había debajo era una piel completamente herida y sangrada”, relató el cineasta a 'Fotogramas'. Ese proceso, según él, define perfectamente la esencia de Silencio: lo que se oculta, lo que duele, lo que se calla.

“A mí cualquier persona silenciada me parece una película de terror”

“Todas mis películas hablan de personas silenciadas, y a mí cualquier persona silenciada, en la ficción o en la vida real, me parece una película de terror”, dijo según 'Fotogramas'. “Por eso mi unión con el género. Sitges siempre ha sido mi casa, desde mis primeros cortos hasta 'Pieles' y 'La piedad'”.

Casanova también compartió algunas de las películas que lo inspiran dentro del género, como 'La semilla del diablo' de Roman Polanski o 'La bruja de Robert Eggers'. Aunque su gran favorita es 'Antiviral' de Brandon Cronenberg, una cinta que, según 'Fotogramas', “mezcla el terror con lo médico, la cirugía estética y la obsesión por el cuerpo”, temas recurrentes en su propio universo creativo.

MUNDODEPORTIVO

ABC Cultural

18 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 16
AVE: 4567 €
ÁREA: 35 CM² - 20%

FRECUENCIA: Semanal
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: CULTURA



LA GRAPA

Ser Leiva cansa

Primero, un desgraciado. Luego, un músico. Así se describe Leiva –con ironía– en el documental 'Hasta que me quede sin voz' (Sepia, Lucas y Mario, estrenada ya en cines). Esta declaración inaugura multitud de contradicciones. Por una parte, desgraciado y, por otra, un tipo con suerte.

En lugar de escoger la senda palizas de metrajes dedicados a músicos –las cabezas parlantes, las alabanzas, las canciones cuando toca canción, los valles narrativos y los acelerones algorítmicos–, se agradece el despiece emocional y físico del madrileño. El tono viene del Pennebaker de 'Don't look back' (1965) con Dylan, del 'Gimme shelter' (1970), de los Maysles con los Rolling Stones, o de esa cima olvidada de Manolo Summers 'Juguetes rotos' (1966).

Se presenta (a) Leiva en su complejidad, con sus temores y, de fondo, quizá explicándolos, sus músicas. Su problema de voz no tiene nada de freudiano y la relación con sus padres, tampoco.

Hospitales y, en seco, dentro de una pantalla enmarcada por datos inasibles, vemos sus cuerdas vocales palpitar. Parecen una mancha de Roschach vibrando en una casquería y esa desnudez muscular marca este metraje.

Ser Leiva cansa y sus cuerdas vocales lo pagan. Da igual que la hayamos visto en otros documentales o que sus protagonistas la hayan cantado, el personal cree que la vida de la estrella del rock es centrífuga: todo gira alrededor del rockero. Pues no. Es centrípeta: lo lanza, con violencia, fuera. Otro ejemplo 'And so it Goes', excepcional documental donde Billy Joel se inmola. Por sus inseguridades, sus altibajos, sus chiquillerías, su Sabina, su Pozo, su botella de vino diaria, sus dejes rockeros –tan arquetípicos, tan librando 'Spinal Tap' por los pelos–, sobre todo, por su honestidad y compromiso, no querer a Leiva merecería una denuncia en los juzgados de lo civil.

Una voz en off –un manager, entiendo– le llama para volver a la carretera como hacía Charlie con sus ángeles. Estudiado su espléndido último disco, 'Gigante', espero que ni su voz, ni la de los que le rodean, se apaguen. ■

EDU GALÁN



Diario de Sevilla

PAÍS: España
PÁGINAS: 20
AVE: 2431 €
ÁREA: 80 CM² - 28%

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

18 Octubre, 2025



Afonía y autopromoción

Crítica de Cine

HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ
★★☆☆☆

Documental, España, 2025, 90 min. Dirección: Lucas Nolla, Mario Forniés. **Guion:** Lucas Nolla, Sepia. **Música:** Inur Ategi, Guillermo Rojo. **Con:** Leiva, Joaquín Sabina.

MANUEL J. LOMBARDO



D. S.

Leiva protagoniza el documental 'Hasta que me quede sin voz'.

Este retrato del rockero Leiva (José Miguel Conejo Torres en el DNI) se emparenta con otros recientes de Sabina (*Sintiéndolo mucho*), C. Tangana (*Esta ambición desmedida*) o Yerai Cortés (*La guitarra flamenca de...*) que han entendido perfectamente que los caminos de la promoción en tiempos de crisis (o extinción) del sector discográfico y sus viejas herramientas publicitarias pasan hoy por la controlada mitificación del coqueteo con el fracaso y el formato del documental creativo como vehículo de prestigio.

Nuestra distancia del fenómeno Leiva-Pereza nos permite verlo sin ningún ánimo de fan, en sus puras formas cinematográficas, sin especial empatía ni simpatía por el personaje y sus canciones, algo ripiosas por otro lado. Lo que este documental nos ofrece es una calculada apertura de puertas a la intimidad, la sinceridad y la crisis, justo cuando el cantante confiesa sus accidentes, sus dolencias y su paulatina e irreversible pérdida de voz fruto de una afonía. Lo hace desde habitaciones de hotel en Nueva York filmadas en texturas analógicas, en la consulta médica o desde las calles, campos de fútbol o la cocina de la casa de sus padres en el barrio madrileño de Alameda de Osuna del que no se ha alejado nunca a pesar del éxito y la fama.

La pose y el discurso del rockero autoconsciente y herido atraviesan un documental hasta cierto punto canónico en su recorrido por la trayectoria previa y en su escritura de la vieja épica del *rock'n'roll* salido del barrio, los locales de ensayo y el golpe de suerte. La figura de Joaquín Sabina aparece como ascendente obvio y explícito junto a los amigos de toda la vida y la sombra molesta y necesaria de los *managers*. Los trayectos en coche del hotel al concierto (media canción y basta), las escapadas a la montaña para oxigenar los pulmones y desintoxicar el hígado. Todo en este *Hasta que me quede sin voz* responde a un retrato de un modo de vida forjado por tantos otros *rockumentales* desde los años 60, incluido ese aire *vintage* que impregna las imágenes y sus formatos.

Pero cabe preguntarse cuánto hay aquí de verdad filmada o de representación para la galería, cuánto de incursión en los verdaderos miedos del artista y cuánto de narcisismo autopromocional.

CINECONÑ

CRÍTICAS

Hasta que me quede sin voz: El complejo del artista

El empeño vacío por trascender y revestir el documental musical hace de menos a una película que, por el resto, consigue el objetivo: acercarnos a Leiva



Stills de 'Hasta que me quede sin voz'. Montaje: ©Cine con Ñ

17 de octubre, 2025 **Arturo Tena**

Hasta que me quede sin voz se acerca a la vida y circunstancias vitales del artista musical Leiva. El documental cuenta claves importantes de su pasado, contadas por él mismo, pero sobre todo se centra en un presente en el que sus cuerdas vocales están poniendo en serio riesgo su carrera. Mientras, sus giras, canciones y compromisos siguen llamando a la puerta.

Lucas Nolla, Mario Forniés y Sepia, profesionales del audiovisual —sobre todo en publicidad y videoclips— muy cercanos al propio Leiva, se han lanzado a hacer esta película sobre uno de los artistas del pop-rock que han encadenado más éxitos en los últimas décadas en España, desde su época en Pereza junto a Rubén Pozo hasta su ya larga década y media casi como músico en solitario.

Hasta que me quede sin voz es un poco de todo. Es repaso biográfico, es acceso a las confesiones y vida íntima del músico, es viaje entre las locas bambalinas de una gira y también es acercamiento al proceso creativo y personalidad del artista. El hilo conductor todo esas aristas es su problema con la voz, que es lo que va llevando a la idea central del documental: Leiva tiene necesidad de hacer música y la hará de la forma que sea.

Hasta que me quede sin voz y sin película

La noción semiautodestructiva y romántica del artista es el *leitmotiv* de la película, que de esa forma busca justificar un poco su propia existencia como documento-película con más peso específico que una serie de autobombo *insider* para lucir en el catálogo de alguna plataforma. Y de alguna forma consigue que ese ancla general cale y darle al documental una cierta unidad y cercanía al retrato de José Miguel Conejo Torres/Leiva,

Es la forma (en el guión y montaje) en la que se salva una película que, el fondo, tampoco tiene nada muy especial que contar sobre el músico. De hecho, hasta el problema vocal es un asunto, aunque quizá no desde tan cerca, sobre el que hemos leído, visto y escuchado decenas de veces de otros artistas. Por eso Nolla, Forniés y Sepia tienen que rellenar los huecos con otras cosas.

La trampa de querer ir más allá

En esos espacios vacíos y su forma de abordarlos es donde la película pierde mucha de esa autenticidad que con tanto empeño quiere transmitir. Sobre todo, al darle un revestimiento estético (cambios de formato, tratamiento de la imagen, recursos de videoclip…) al asunto que, en vez de darle más entidad, se la quita. Quizá ahí la formación publicitaria de sus creadores ha ido más en contra que a favor.

La locura de las giras, las conversaciones dentro de la industria musical, la elaboración de letras y música, las confesiones entre bambalinas, los momentos de concierto, las comidas de los domingos con la familia —el retrato de sus padres, probablemente el mayor hallazgo—, la soledad del músico… son todo cosas que cualquier amante del biopic musical reconoce y sobre el que se añade una conclusión general de las motivaciones y miedos de un artista que ha tenido suficiente peso en la cultura española como para que se le escuche.

Por eso ese esfuerzo por trascender se siente más un complejo que un resultado, lo que acaba por hacerla más artificial y menos parecida a lo que hacen en Little Spain – *Esa ambición desmedida* (2023), *La guitarra flamenca de Yerai Cortés* (2024)—, clara inspiración para el trío responsable de *Hasta que me quede sin voz*. Es una pena ese empeño porque desmerece una una película que, por otro lado, sí consigue acercar a su protagonista, que al final es de lo que va todo esto.


HASTA QUE ME QUEDE SIN VOZ - TRÁILER OFICIAL (HD)
Ver más ta...
Compartir
TRÁILER
OFICIAL
Ver en YouTube

EN ANTENA / **CARLOS BOYERO**

Una superestrella con cerebro y corazón

Hubo una larga época en la que veía el fútbol en la televisión acompañado de amigos. Los silencios entre nosotros eran mínimos. Las voces de los comentaristas, con gloriosas excepciones, pasaban a ínfimo plano. O servían para que compartiéramos la risa y el pasmo ante las incontables majaderías, frases hechas, tópicos, patadas al diccionario, que salían de sus nada cultivadas bocas.

Desde hace mucho tiempo, veo los partidos en soledad y prescindo frecuentemente de la banda sonora. Es lamentable escuchar gran parte de la narrativa y los comentarios que hacen en DAZN. Y también llevo décadas en Televisión Española siendo testigo de las indesmayables majaderías que suelta un tal Juan Carlos Rivero. También venden continuamente publicidad de la casa. Y cuando intentan ponerse líricos, castizos o ingeniosos, te asalta la vergüenza ajena. Deben de tener éxito entre un público ágrafo o analfabeto, aquellos que en los viejos tiempos denominaban al fútbol como el *furbo*.

Y algunas locuciones pueden ser atractivas y modélicas. Carlos Martínez es un narrador puro. Álvaro Benito sabe todo el rato de lo que está hablando. Añoro el humor, la ironía, el conocimiento y el talento de aquel tipo admirable y querible llamado Michael Robinson. Es un lujo disponer de alguien con brillante capacidad expresiva escribiendo y hablando como Jorge Valdano. Sólo le pondría una objeción y es que encarna en todo, la perfección. Qué suerte.

No voy a los campos de fútbol a embriagarme con las tácticas y los sistemas de los entrenadores. Soy mitómano. Amo el arte. No desvío en el Bernabéu jamás la mirada de magos como Butragueño, Zidane, Bellingham y un tipo con tanto genio en sus pies y en su cabeza llamado Mbappé.



Mbappé.

En ese programa brillante y necesario llamado *Universo Valdano* entrevista al niño prodigio. Si en el campo su magia provoca felicidad, en la charla con Valdano también te enamora su naturalidad, su inteligencia, su sencillez, su cordura, su decencia. Todo en él parece de verdad. Le pregunta Valdano: "¿Tener ideas provoca enemigos?". Mbappé le responde: "Si tienes enemigos es que haces las cosas bien". El astro tiene 26 años. Por su actitud y por lo que dice podría tener 100. Qué buen rollo desprende este jugador genial.

EL JUEGO INFINITO / **JORGE VALDANO**

Cómo ser Kylian Mbappé

Partamos de una pregunta: ¿un jugador formado en aquello que es ajeno al fútbol puede ser mejor jugador? Saber recitar la tabla del ocho no garantiza cabecear mejor un córner. Conjugar correctamente un verbo compuesto no mejora el desborde. Ver una película de Kurosawa no ayuda a la comprensión del juego. O tal vez sí. De lo único que estoy seguro es de que ninguna de las tres cosas hará peor a un jugador.

La educación, la cultura y la inteligencia crítica amplían la mirada y refuerzan la seguridad personal. Recuerdo cuando leí por primera vez a Manuel Vázquez Montalbán y su modo de vincular el fútbol con la política y la sociedad. Desde entonces, jugar pasó a tener otro significado. Sentí que lo que hacía tenía una representatividad hasta entonces ignorada y que el fútbol se situaba en un lugar más destacado dentro de la escala social. Comprendí que, si el fútbol era más importante de lo que creía, quizás yo también lo era. Esa nueva conciencia seguramente tuvo consecuencias positivas cuando el juego llamaba a la acción.

Hace una semana tuve el privilegio de entrevistar a Kylian Mbappé, un jugador que genera una expectativa planetaria y que concede pocas entrevistas. Sé lo que significa ese nivel de exposición por haber estado cerca de quienes lo sufren. Esa presión puede llevar al agotamiento. También a la soberbia. Esta vez era yo el que invadía su intimidad y eso no acaba de resultarme cómodo. Pero el aplomo de Mbappé, su tono relajado y la naturalidad con la que resolvió cada una de las preguntas, me resultaron admirables. No escapó a ninguna cuestión, siempre encontró las palabras justas y su escudo preferido ante cualquier tema incómodo era el sentido común.



Mbappé celebra un gol con el Madrid. DENIS DOYLE (GETTY)

En la actitud, en la claridad con la que contaba sus hazañas o reconocía sus errores, había algo más que su reconocido talento, había educación. No la académica, sino la que enseña a observar el mundo sin perder el equilibrio.

En estos días en que todo se mide por la inmediatez y el ruido, un jugador que piensa por sí mismo es un lujo

En estos días un futbolista no solo es un Ferrari que admirar, un peinado que imitar o una marca global. Es un espejo en el que se miran millones. No se trata de exigirle ser un ejemplo, pero sí de reconocer que su influencia existe y pesa. Él parece entenderlo. En estos días en que todo se mide por la inmediatez y el ruido, un futbolista que piensa por sí mismo es un lujo. Tal vez por eso me llamó la atención otra coincidencia, la aparición del excelente libro *Por qué el fútbol*, de Galder Reguera, un texto que reflexiona sobre la dimensión cultural de este deporte. Galder, además de escritor y columnista, es director de Estrategia de la Fundazioa del Athletic Club. Uno de los programas que dirige se llama *Garathuz* (desarrollo), orientado a la formación humana de los jóvenes futbolistas. Encuentros, experiencias y lecturas adaptadas a cada edad, complementan la formación futbolística.

Seguramente porque el Athletic ya respondió a aquella pregunta inicial. ¿Un jugador formado en aquello que es ajeno al fútbol, puede ser mejor jugador? La respuesta es sí y el club actúa en consecuencia, no porque crea que un verso mejora un control orientado, sino porque entiende que el fútbol empieza en la cabeza y termina en los pies.

Me gusta pensar en la coincidencia feliz que he encontrado en apenas unos días. Un jugador inteligente, capaz de mirarse a sí mismo con la distancia justa, y un club que activa un proyecto integral porque entiende que el fútbol son hombres que juegan. Aunque no siempre ocurra, hay semanas en que el fútbol parece ser un buen lugar donde mirarse.

LUMINATE STREAMING WATCH

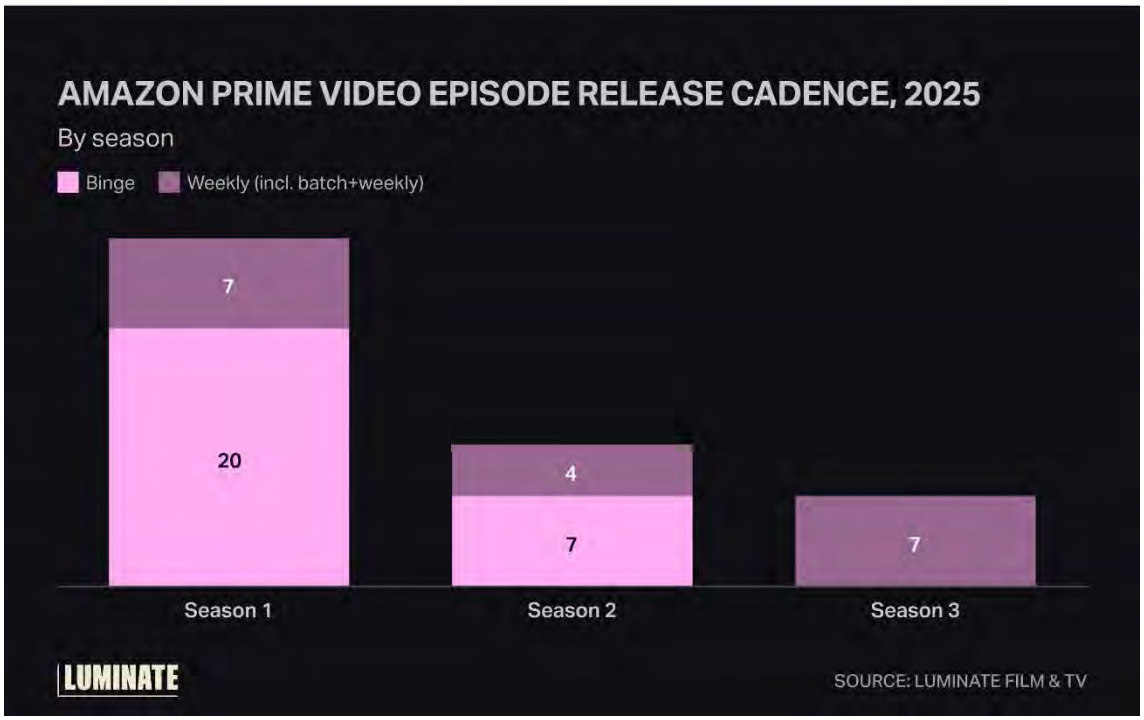
Binge vs. Weekly? Amazon Release Strategy Belies the Binary Debate

OCTOBER 17, 2025.- The debate over binge vs. weekly release strategies has been a mainstay of the streaming landscape for years. But there may be new nuances emerging in what's long been a strictly either-or argument.

Streamers' embrace of the "batch" release is one example, but a close look at Amazon Prime Video's slate suggests another strategy with the potential to reshape this discussion.

Prime Video tends to put out more series binge style, especially freshman shows, nearly 75% of which have released all episodes at once in 2025.

However, that proportion grows far slimmer as shows move into subsequent seasons. When looking at third-season releases on Prime Video this year, all titles received a weekly rollout, with not a single binge release in the bunch.



Notably, some of the streamer's biggest hits began as binge releases before switching cadence. Prime Video's two most watched originals of 2025 so far — Reacher and The Summer I Turned Pretty — debuted in 2022 with all their first-season episodes dropping at once.

When both returned the following year, however, they had changed to weekly rollouts (including a batch component, releasing two or three episodes on the season premiere date), with their third seasons (both released in 2025) dropping weekly as well.

Taken together, this data suggests a unique approach to series releases: Freshman titles start as binges, but once renewed, cadence "graduates" to weekly pacing.

Amazon has never publicly declared such a strategy, and the data also makes clear that this approach is not universal. Several debut series, including the hit thriller Countdown, launched with weekly rollouts this year.

But for streamers struggling to optimize their content spending, there may be sound logic in pursuing such a rhythm. Luminate Streaming Viewership (M) data reinforces the long-held notion that weekly releases lead to longer sustained engagement, as opposed to the flash-in-the-pan viewership often received by binge titles.

To take Reacher and TSITP as examples, the series' binge-release first seasons both had audience retention rates in the low single digits, while their weekly-release third seasons held on to significantly more viewership over time. (Retention is calculated as the total minutes watched in the final seven days of a 12-week window divided by total minutes watched in the first seven days; Reacher's relatively low retention for S3 can be explained by noting the full, eight-episode season was released over a six-week period.)

BINGE VS. WEEKLY AUDIENCE RETENTION RATES

SERIES	LAUNCH DATE	RELEASE CADENCE	RETENTION RATE (%)
The Summer I Turned Pretty (S1)	Jun 17, 2022	All episodes	5.4%
The Summer I Turned Pretty (S2)	Jul 14, 2023	Batch+weekly	4.7%
The Summer I Turned Pretty (S3)	Jul 16, 2025	Batch+weekly	35%
Reacher (S1)	Feb 4, 2022	All episodes	2.7%
Reacher (S2)	Dec 15, 2023	Batch+weekly	5.7%
Reacher (S3)	Feb 20, 2025	Batch+weekly	14.3%

LUMINATE

SOURCE: LUMINATE FILM & TV, STREAMING VIEWERSHIP (M)

The data thus indicates a flexible approach to episode release cadence that is not defined by a strict binge-or-weekly binary. Amazon may use binge launches to gauge shows' viability quickly, with renewal decisions shaped by how well the title debuts and how it sustains beyond the initial spike.

Once a series has captured audience attention, the release model can be changed for subsequent seasons, keeping engaged viewers coming back week to week and, crucially, potentially keeping them subscribed for multiple months.

If you'd like to dive deeper into data on Prime Video and other streamers, check out Luminate Streaming Viewership (M).

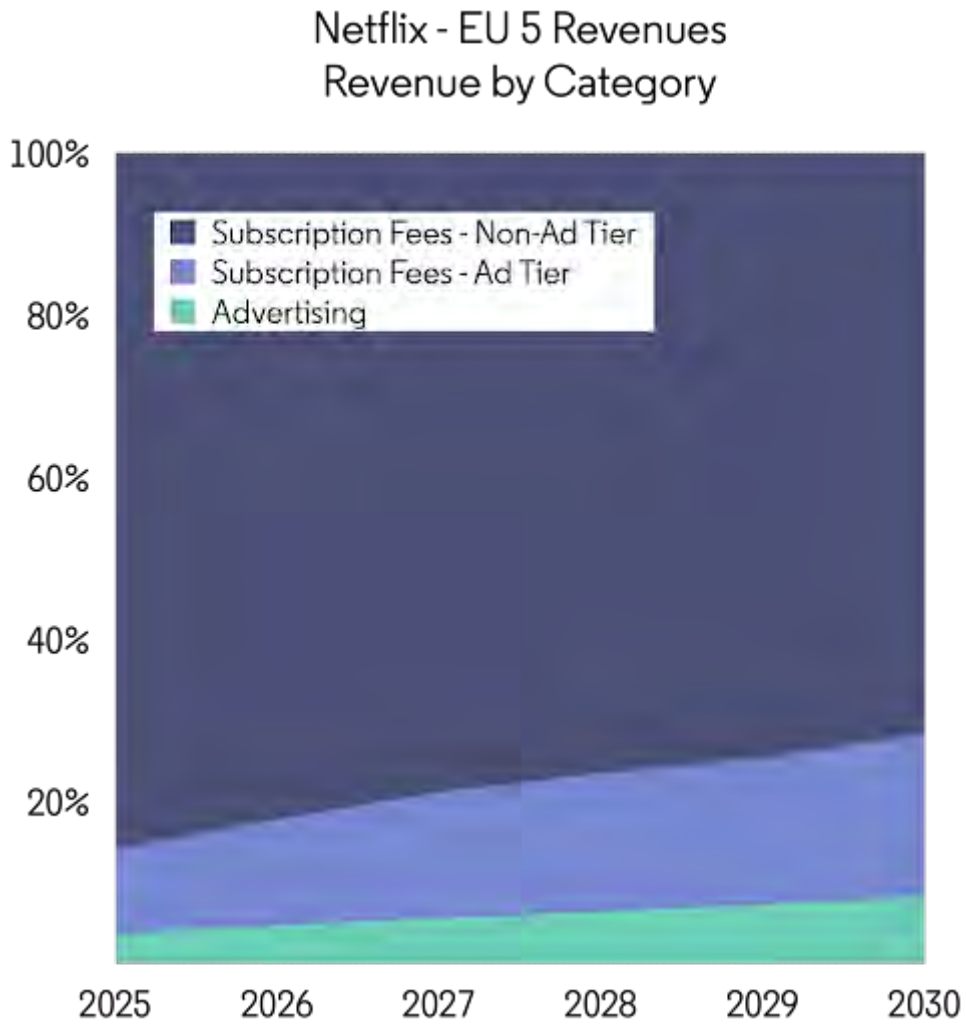
3VISION

17.10.2025

The Top Five European Markets Powering Netflix's Growth to 2030

Author Rafi Cohen Manager - Video Markets Tracker 17.10.2025

Netflix's position as Europe's leading streaming platform is shifting from a story of scale to one of revenue diversification. Amassing 73 million subscribers by 2030, Netflix's top 5 European markets are undergoing a huge shift in the balance between subscription and advertising income.



United Kingdom — From Saturation to Monetisation

The UK remains Netflix's largest European territory by both subscribers and total revenue in 2025, set to generate $2.3 billion by 2030 - 10% of which will be ad-based. Yet its growth trajectory has shifted from expansion to optimization, supported by partnerships with Sky Media and local advertisers that have strengthened CTV ad demand. Following the withdrawal of the Basic plan and the continued rollout of the Standard with Ads tier, ad-supported subscribers will account for 30% of the UK base by 2030.

Germany - Europe's Hybrid Powerhouse

By 2030, Germany will have overtaken the UK and France to become Netflix's largest hybrid subscription market, with nearly 41% of its projected 7.3 million subscribers coming from the hybrid tiers. Strong bundling deals with MagentaTV, Vodafone GigaTV, and Sky Q have widened reach and reduced churn.

Advertising is also accelerating: by 2030 Germany overtakes France to become Netflix's second-largest advertising market, reflecting high adoption of the ad tier and growing demand from local brands. The platform will generate $181 million in local advertising revenue by 2030 - 8% of total revenues. As Joyn and RTL+ expand their own hybrid models, Germany is now the benchmark for multi-tier streaming monetisation in continental Europe.

France - Balancing Regulation and Revenue

France continues to rank among Netflix's top three markets, driven by a robust local production slate (Lupin, Tapie, Fiasco). While regulatory obligations such as investment quotas and content levies weigh on margins, Netflix's local-first approach has solidified its cultural relevance, while the ad-tier rollout benefited from limited local CTV inventory and a partnership with TF1 Publicité. By 2030, France remains the third-largest total revenue market at over $2 billion, with hybrid and ad revenues growing faster than pure subscriptions.

Italy - Emerging Ad Growth Market

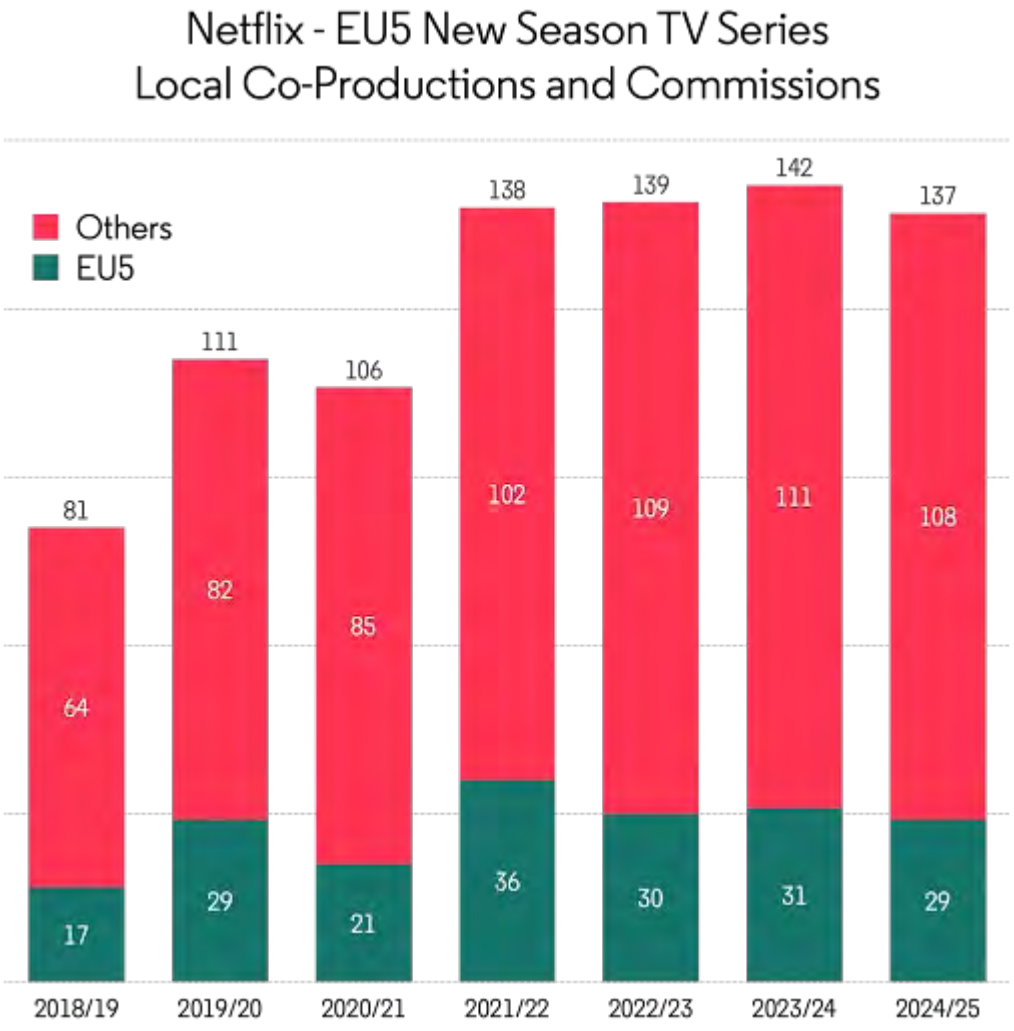
In 2025, Italy sits fourth in both AVOD and total revenue, generating around $1.1 billion - 4% of which is advertising-based. Although historically slower in subscriber growth, original productions such as Suburra and Nuova Scena continue to drive engagement, while an expanding smart TV base via TIMVision and OEM partners are shoring up its footprint across the country.

Spain – Holding Ground Through Hybrid Models

Spain rounds out Netflix's top five markets in both total and hybrid subscription revenue. Supported by partnerships with Movistar+ and local CTV platforms, Netflix's hybrid model has proved highly effective - accounting for 41% of 3.9 million subscribers by 2030. Despite competitive pressure from Atresplayer and Mitele Plus, Netflix retains strong brand loyalty.

Outlook – Europe's Evolving Mix

Between 2025 and 2030, Netflix's European top five remain stable but reordered.Collectively, the top five grow to nearly $9.1 billion in total revenues by 2030 - 20% of which will come from Hybrid subscription fees, while 8% will come from advertising revenues. The UK continues to dominate total and ad revenues, but Germany and France are fast catching up through hybrid monetisation. While the top five stays consistent when ranked by total subscribers or total revenue, the Netherlands does creep into view when ranking by advertising revenues or hybrid subscription revenues, usually booting out Italy or Spain.



Across Europe, Netflix's next growth phase will hinge less on pure subscriber gains and more on local ad-market integration and strategic bundling, marking a decisive shift from volume to value.

Netflix's original content focus has seen significant growth in international markets. Show Tracker data shows that across all languages Netflix have been launching close to 140 New Season shows each season for the last four years (with returning shows on top of that number). The EU5 consistently represent over 20% of that volume, and whilst there is value in markets outside the originating market the primary return will be through supporting each local market. With these markets important to Netflix's overall growth it will be interesting to follow their ongoing commissioning activity.

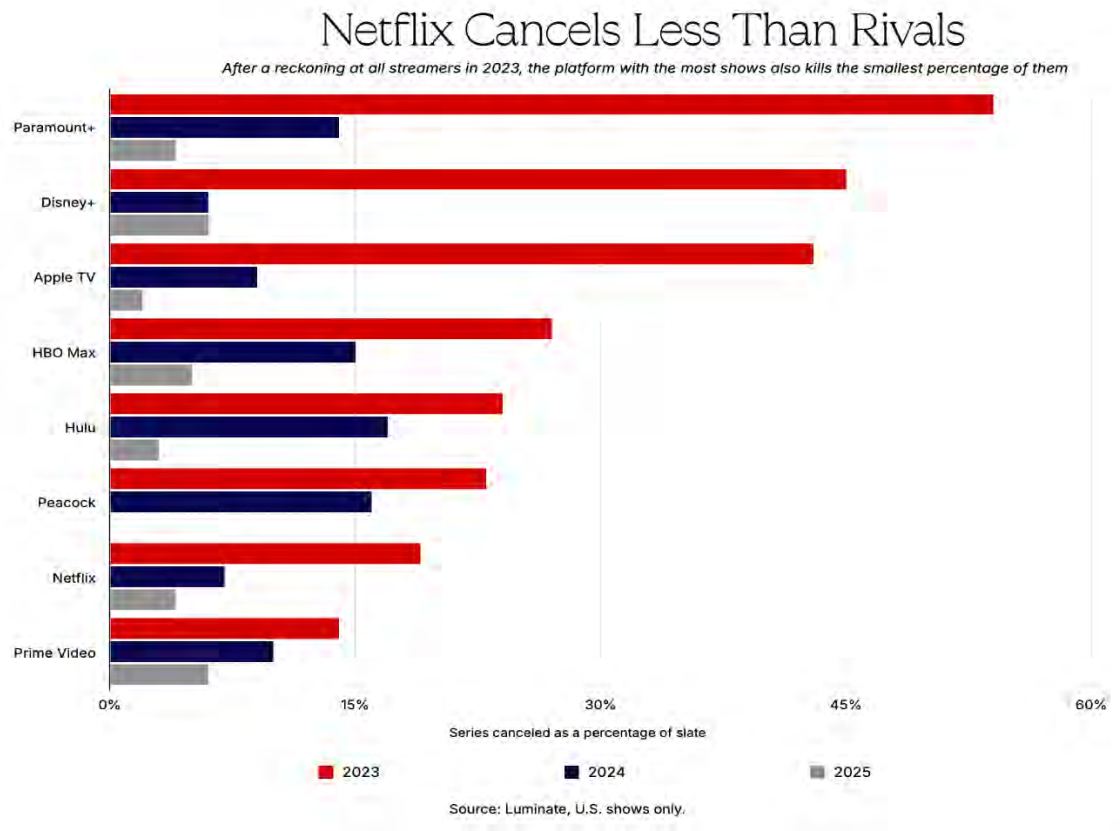
PUCK

What I'm Hearing...

THE INSIDE TAKE ON HOLLYWOOD

Matthew Belloni *OCT 17, 2025*

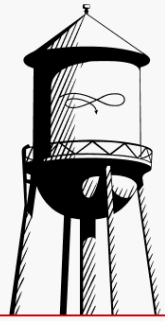
Where to live and die on streaming: Netflix cancels the most series of all the major U.S. streaming platforms. It also airs the most shows, so its cancellation rate for shows that premiered between 2023 to 2025 is actually the lowest of the lot. That's according to new data from Luminate, which reveals that the chances of being canceled have come down after the strike-related bloodletting of 2023...



PUCK

What I'm Hearing...

THE INSIDE TAKE ON HOLLYWOOD



Matthew Belloni *OCT 17, 2025*

***A little more...*:** I'll believe Netflix is giving movies a real theatrical window *only* when a deal is actually announced. So until that happens, gambits like *Demon Hunters* seem most likely. But... a thawing of diplomatic relations would make long-overdue sense for both sides. Sarandos has always wanted Netflix movies to be watched *on Netflix*, yet even with 300 million subscribers, he's still not getting the top material from the very top filmmakers like **Chris Nolan** and **Ryan Coogler**, or even arthouse cineastes like **Paul Thomas Anderson** and **Emerald Fennell**. Nor has Ted won the best picture Oscar after a decade of trying, and rivals like Amazon and the legacy studios are effectively leveraging theatrical releases to win those coveted projects. Evidence is also mounting that multiplex releases and their accompanying marketing campaigns can supercharge engagement on streaming.

On the other side, that 90-day window standoff over *The Irishman* now seems quaint. The major chains regularly play movies from Universal and smaller distributors that hit S.V.O.D. or P.V.O.D. after only a few weekends in theaters. New Paramount, home of former Universal chief **Jeff Shell**, is expected to enact similarly variable windows for its titles. As traditional studios release fewer movies and the chains become more desperate for butts in seats, it makes sense to negotiate some kind of compromise with Netflix, even if it's not a full 45 days for all titles. Hopefully the two warring sides can make this happen. If so, and if the détente sticks, I will humbly accept a Nobel Peace Prize on behalf of *The Town*.

“Debemos aceptar que los youtubers son productores”, advirtieron en Mipcom productores tradicionales



Naique Tanate, Paul McGrath, Helen O’Donell y Charles Wachter

MIPCOM: El pubcaster canadiense CBC invertirá US$ 1 millón en adquirir contenidos de creadores digitales para sumar a su ecosistema de streaming, reveló en Mipcom Paul McGrath, director senior de estrategia y desarrollo de audiencias del canal.

CBC había sido noticia al publicar el año pasado 500 episodios de sus series en YouTube, una iniciativa experimental para analizar si su consumo en la plataforma de Google canibalizaría el de sus propios servicios de streaming.

Según McGrath, los resultados fueron tan alentadores que la compañía entrará ahora en la segunda fase de su estrategia en YouTube, con la compra de contenidos de creadores digitales para colocar en sus propias plataformas.

“Lo que vimos, tras analizarlo de un modo muy científico, es que no hubo impacto para nuestro servicio de streaming. La canibalización es un mito en ese sentido”, dijo durante un panel en Mipcom.

“Y ahora estamos terminando esa fase y comenzando la segunda, que es ver qué pasa si invertimos US$ 1 millón en licenciar contenidos de 100 creadores digitales y republicarlos en nuestras plataformas”, agregó.

CBC busca con esta estrategia analizar cómo conviven este tipo de contenidos con los del canal en su plataforma de streaming, sus plataformas sociales y sus canales FAST.

“Eso va a empezar en las próximas semanas y no sabemos qué ocurrirá, pero la hipótesis es que funcionarán tan bien como nuestros propios contenidos, porque en muchos casos los estándares de producción son igual de buenos”.

McGrath explicó que la idea es analizar contenidos de los últimos 10 años y elegir los más adecuados en base a sus métricas, sus views, sus temáticas para luego reempaquetarlos para su consumo “tradicional”.

El ejecutivo lamentó en tanto que no existan más mercados donde la industria tradicional pueda relacionarse con los creadores y entender qué es lo que buscan.

McGrath compartió panel con Helen O’Donell, directora de desarrollo de TalentWorks, de BBC Studios, quien señaló que es necesario que al hablar con los creadores de contenidos la industria los trate como productores, “porque es lo que son”.

“Es interesante cuando nos dicen, ¿pueden los creadores trabajar con productores? Creo que debemos aceptar que los creadores son productores y es un peligro que pensemos que no lo son y que nosotros sí. Ellos son productores y nosotros también y existen oportunidades exponenciales de trabajar juntos”.

En la misma línea se expresó el productor ejecutivo Charles Wachter, quien viene de producir ‘Beast Games’ junto a Mr. Beast para Prime Video.

Según Wachter, a la hora de trabajar con creadores es importante seguir sus instintos creativos, aunque muchas veces son opuestos a los de los productores de TV.

“Cuando comenzamos lo más difícil fue entender mutuamente nuestros dos mundos. Muchas veces ellos me pitcheaban ideas que no funcionaban en mi cerebro televisivo, pero sí en el de ellos y eso me hizo un click en cuanto a cómo debemos tratarlos. Muchos los vemos como talentos, como celebridades y eso ha llevado a crossovers que no han funcionado”, comentó.

Según Wachter, en cambio, es necesario ver a los youtubers como su propio “ecosistema”.

“Estamos acostumbrados a pensar que MrBeast es solo el talento y que la gente lo ve porque le gusta verlo. Entonces, que lo vean en mi plataforma. Yo no creo que esa sea la idea correcta. La idea correcta es que ellos generan datos, viralidad, interacciones a través de todo su ecosistema”, explicó.

“Son como afluentes que alimentan ese gran río llamado MrBeast. Y si vas a hacer algo grande, como lo que yo hice, tienes que pensar más bien en poner una hidroeléctrica, porque ellos no pueden construir una represa para capturar esa energía, y eso fue lo que hizo Amazon. Nos dieron mucho dinero para construir una gran represa que aprovechara toda la fuerza de ese sistema”, agregó.

Gonzalo Larrea

17-10-2025

©cveintiuno

VARIETY

Oct 17, 2025 3:10am PT

YouTube's Justine Ryst on Cinema Classics: 'On YouTube, Films Don't Disappear, They Live Again'

'YouTube is 'the platform' for heritage film, a place where culture endures, bridging generations of audiences,' says Ryst at the MIFC in Lyon, the world's largest gathering dedicated to the business of classic cinema

By **Lise Pedersen**



Justine Ryst

LYON, France — Speaking at the International Classic Film Market (MIFC) in Lyon as YouTube celebrates its 20th anniversary, Justine Ryst, head of the platform's France & Southern Europe branch, opened with a bold statement: "YouTube is 'the platform' for heritage film, a place where culture endures (…) bridging generations of audiences."

Addressing an industry crowd from across Europe at the world's biggest market dedicated to the business of classic film, Ryst described YouTube as an ally in keeping cinema history alive. Though she was speaking from the perspective of the French market, her remarks resonated far beyond France's borders. "In the U.S.," she reminded the crowd, "YouTube has become the most-watched video provider on television, outpacing traditional TV and other platforms."

Ryst described YouTube as a space where contemporary viewing habits and classics meet – a kind of afterlife for cinema and television history, where the films find new audiences online.

"On YouTube," she went on, "films and programs don't disappear, they live again through clips, restorations, recommendations, and new forms of engagement." For Ryst, this ongoing dialogue between generations of viewers is central to the platform's role in cultural preservation. "We see young audiences discovering films their parents loved, often through a thumbnail, a remix, or a short clip that draws them back to the original work," she said. She highlighted the growing influence of creators who produce curated film shows, giving new life to heritage cinema for digital-native audiences.

Ryst was careful to underline a distinction often misunderstood in the public debate: YouTube, she said, "is not a channel but a platform." It does not produce or editorialize content –it provides an infrastructure governed by algorithms and community guidelines.

"YouTube is regulated by strict rules, and we take our responsibility seriously," she emphasized, while adding that its defining feature remains its personalization. "Show me your YouTube and I'll tell you who you are," she said, to laughter from the audience.

Ryst highlighted a couple of French institutions that have embraced YouTube as a cornerstone of their digital strategy. The first is the Institut National de l'Audiovisuel (INA), the country's vast audiovisual archive, which has uploaded thousands of hours of content ranging from classic television to historic interviews, disseminated across some 50 thematic channels. "INA has developed a masterclass in multi-format strategy," she said. "You can make short vertical clips, long videos of 10 minutes, 20 minutes, or even 90 minutes. You can do podcasts, live streams. They have thousands of excerpts on every subject, uploaded with agility to match current social topics. It's a case study in bringing images from 50 years ago back to light."

The second is Arte, the Franco-German cultural channel, which she praised for what she called its "strategy of omnipresence" across linear TV, its website and more than 30 thematic channels on YouTube, enabling it to reach multiple audiences across a spectrum of interests, ranging from arthouse cinema to pop culture and science.



Justine Ryst and Thierry Frémaux

“These examples show that it’s not about competing with the platform, but using it to amplify reach,” Ryst said.

Turning to the future, Ryst addressed the growing role of artificial intelligence in YouTube’s ecosystem, especially in areas like dubbing and translation. She described how these tools could expand access to French and European works, helping them travel more easily across languages and borders.

“These tools can be incredibly powerful for rights holders to take their work as far as possible,” she said. “It’s valuable when rights holders develop a direct community on YouTube – what I call a live asset. When you then go to distributors or represent other films, you can demonstrate that your YouTube community represents thousands, even millions of subscribers, and that you have millions of hours of content in your asset. That’s credibility.”

Her reflections align with YouTube’s global strategy, highlighted at this week’s Mipcom, where the platform’s significant presence underscored its role in the creator economy and TV at large. Industry leaders discussed how YouTube bridges traditional media and digital content, fostering new business models and collaboration with major studios.

Closing her talk, Ryst reflected on YouTube’s longevity as both a tech company and cultural platform. “We’ve been around for 20 years,” she said, “and we hope to be around for at least another 20.”

PUCK

David Zaslav's Beginning of the End

The pool of potential Warner Bros. Discovery acquirers has seemingly dwindled by two, and if the promised "bidding war" fails to materialize, Larry and David Ellison could make a compelling case for a quick sale.



The Zaz strategy, which he's all but broadcast via Bat-Signal, is to fend off the Ellison overtures for all of Warner Discovery, amputate the gangrenous cable networks next spring, and shop the studio and streaming assets separately to the many, many interested parties whose jockeying will result in a grand windfall. Photo: Kevin Dietsch/Getty Images

Matthew Belloni October 17, 2025

Sadly, it appears we must cross a couple supposed bidders for Warner Bros. Discovery off the list. Eddy Cue, Apple's top services executive, came on The Town this week and all but ruled out a splashy deal for the home of HBO Max and the Warner Bros. studio. "I never say no to anything, but we're not actively looking at buying any company of any size," Cue told me. That followed Netflix co-C.E.O. Greg Peters dumping icy water on the hot gossip suggesting he's interested in Warners. Netflix is a builder not a buyer, Peters reminded last week's Bloomberg gathering, where he said that there's a "reasonable amount of skepticism around big media mergers. They don't have an

amazing track record over the history of time." (He might as well have finished that line with "cough AOL–Time Warner cough AT&T–Time Warner cough Discovery–WarnerMedia cough cough.")

Both Cue and Peters left doors open to some possible deal out of "responsibility" to shareholders—and, of course, few executives openly telegraph M&A moves in public. But for now at least, two deep-pocketed players are basically out. Which sucks for our guy David Zaslav. The Warner Discovery chief deal-hustler has been trying his hardest to generate at least the perception of serious interest in his shrinking company from someone, anyone besides Larry and David Ellison, whose $20-per-share offer was recently rebuffed. The Zaz strategy, which he's all but broadcast via Bat-Signal, is to fend off the Ellison overtures for all of Warner Discovery, amputate the gangrenous cable networks next spring, and shop the studio and streaming assets separately to the many, many interested parties whose jockeying will result in a grand windfall.

Maybe that would ultimately be best for the studio and streamer. (A big maybe.) But it would certainly be best for Zaslav. A delay would keep him flush with eight-figure annual pay—a comp package so gluttonous that his longtime benefactor John Malone, whose boards are famous for shamelessly awarding outsize comp packages, recently walked it back (slightly). And, more importantly, a delay would keep the spoils of a Hollywood empire at Zaz's disposal. Which is what many of his peers think is really going on here. Put off the inevitable and he keeps the attention of celebrities and billionaires; he keeps appearing on TV while sitting courtside at big sporting events; he keeps being honored as a "humanitarian," as the Simon Wiesenthal Center will do later this month; and he keeps getting written about by people like me.

Zaslav could potentially sit behind Jack Warner's desk for a couple more years as suitors wait out an unfavorable tax hit post-split and the uncertain regulatory environment of the Trump administration. Who knows what the Warner assets would be worth then, but the David Zaslav assets would be far more valuable. "It's extremely simple: David is playing for the spin," one longtime Zaz friend told me today. "Then it's two years until it's done, and he can party."

Bidding-War Questions

To that end, the WBD people were downright ecstatic when Bank of America analyst Jessica Reif Ehrlich wrote in late September that the separated "S&S" division "would generate a bidding war amongst potential buyers" and thus lead to the greatest return for shareholders. Other analysts, like MoffettNathanson, have been similarly bullish on the split and its potential benefit to the studio and HBO Max. Which, again, may end up being true. But a plea to the WBD guys: Stop forwarding that BofA note around; it's super thirsty.

It also leads to the key question: Who, exactly, will participate in this supposed bidding war? That's perhaps the only question that matters to Zaslav, to everyone at WBD, to the Ellisons, and to the larger Hollywood community. After all, as Wells Fargo analyst Steven Cahall wrote in a client note today, "The opportunity is a bidding war, and the risk is a single hostile bidder." Without credible interest from others, Zaslav is just a sitting duck in mirrored sunglasses, waiting for the Ellisons to appeal directly to his board, and up the offer incrementally until they can't say no.

So let's say Apple and Netflix are out. Of the two, Netflix was the one that a) had the tens of billions of available dollars it might take to acquire S&S and whatever debt comes with it, and b) could do the most with all that I.P. that Zaslav loves so much. I know there are important Netflix shareholders who are telling analysts they want Warners. Remember, Netflix spends nearly $20 billion a year on content, so paying a couple times that for all of the Warner and HBO libraries, plus the derivative rights, plus the kind of idyllic studio lot that co-C.E.O. Ted Sarandos has always coveted, would quickly justify itself. But let's assume Peters knows more than some shareholders do.

After all, as I've noted before, Netflix doesn't need Warners—Ted and Greg already won the streaming wars. Plus, as the number one streamer, ingesting another top-five platform, not to mention one of the five remaining legacy studios and a brand as strong as HBO, would likely trigger major antitrust issues.

Not that Sarandos couldn't just pay another visit to Mar-a-Lago, promise Donald Trump that he'll move all production out of California and New York to stick it to Newsom and Schumer, cancel the Obamas' first-look deal, and greenlight a six-part, $100 million docuseries on Don Jr. or Barron. But regulatory review is not a uniquely American issue. The U.K., E.U., Latin America—they'll all look askance at Netflix buying a streamer that, as Zaslav himself will tell you, is increasingly global.

Anyway, let's say Apple and Netflix are out. Sony, with its market cap of $175 billion, would be taking a huge risk on super-expensive studio and streaming assets. I know, they were in on Paramount. But Paramount and Paramount+ aren't Warner Bros. and HBO Max. Disney isn't interested in loading up on more debt, and Google/YouTube has not indicated any desire to own a Hollywood studio. Amazon's Prime Video service and nascent theatrical ambitions would certainly benefit from Warner Bros. and HBO. The company already bought MGM and, unlike Apple, has shown a willingness to spend big to challenge Netflix, YouTube, and Disney. But as I wrote last month, the words "Amazon" and "acquisition" automatically conjure an image of a seething antitrust regulator. And no amount of Melania documentaries may change that.

Other Bidders

Comcast is a possible—and some say likely—bidder for either all or, most likely, just the S&S unit, and it might have the most to gain. Peacock, after all, is still U.S.-only, and the Universal studio subsists without superhero I.P. But the company is currently

preoccupied by its cable TV spinoff, and Mark Lazarus, C.E.O. of that Versant unit, is going out of his way to talk about how a big chunk of its revenue is gonna come from non-cable TV businesses, like events and web properties like Fandango and Rotten Tomatoes. Plus, Comcast and co-C.E.O.s Brian Roberts and Mike Cavanagh are probably hobbled by their arch-villain status in Trumpworld, even though they're in the process of dumping MSNBC onto Versant.

So that leaves… who? Team Ellison certainly believes they're the only credible and approvable buyer, either with the vast family money or an assembled group of Larry-friendly backers. And if you look at the numbers, their $20-or-so-a-share bid would be a huge premium over where the WBD stock was trading before the Journal reported on their interest in September. In fact, Cahall's price target in an August report was $13 per share, so after three years of Zaslav trying desperately to pay down debt and boost his flagging stock, the only thing that really moved it was the prospect of this being the beginning of the end for him. Now Cahall thinks Ellison may increase his offer slightly, go public with it, apply pressure, and the courtship could end with a price around $21 a share—unless, of course, more bidders emerge. The fact that the overtures to the board have become public could jar loose those potential suitors. Remember, even before the split next year, S&S is a separate entity within Warner Discovery, so anyone can make an offer for just that unit now rather than waiting, potentially outmaneuvering Ellison at his own game. "Illustratively, a $60 billion equity offer for just S&S, including $15 billion in debt and tax leakage, could be worth more to WBD shareholders than a $22 a share offer [for] all of WBD," Cahall wrote today.

Plus, antitrust concerns apply to Ellison, too. Trump seems unable to shut up about how much he loves his "good friends" Larry and David. But while having the president in your corner helps a lot with U.S. regulators, that kind of coziness could be seen as a liability overseas. Or so the Zaslav argument goes. Regardless, Zaz is now on the defensive until other credible suitors emerge—not incoming phonecalls, or bankers floating possible scenarios, I'm talking real, serious suitors. If not, this could all be over before his coveted bidding war even begins.



PRODU MIPCOM 2025

TELEVISIÓN

Hortensia Quadreny de Warner Bros. Discovery: "Nuestro contenido está concebido, escrito y producido por y para hispanos"

Maribel Ramos-Weiner | 16 de octubre de 2025



Hortensia Quadreny, VP de Programación y Planificación de Contenido Factual y de Estilo de Vida para U.S. Hispanic de WBD USH

Programas como Mexicánicos o Juntos en acción, caracterizan el compromiso de Warner Bros. Discovery US Hispanic con la audiencia. "Nuestro contenido está concebido, escrito y producido por y para hispanos. Basta ver títulos como Mexicánicos o Juntos en acción.

Son programas que reflejan la creatividad, el orgullo y las historias de nuestra comunidad, y que han evolucionado para mantener siempre viva nuestra conexión con la audiencia", dijo a PRODU, Hortensia Quadreny, VP de Programación y Planificación de Contenido Factual y de Estilo de Vida para U.S. Hispanic.

Quadreny recordó que WBD USH tiene más de 20 años produciendo títulos como Locos x el deporte, que debutó recientemente, Mexicánicos: Estado de México, Vestido de 15, Remodelaciones con celebridades México, El sabor de Aaron con el reconocido Chef Aaron Sánchez, y Hogar Star con Carlos Ponce, entre otros.

Agregó que en 2024 lanzaron Juntos en acción, también con Carlos Ponce y su esposa, la presentadora Karina Banda, "un programa que ha tenido gran recepción; y pronto habrá otros anuncios. La idea es seguir construyendo franquicias que crezcan a largo plazo, tal como lo hizo Mexicánicos".

CNN EN ESPAÑOL

En la reciente campaña lanzada por el Mes de la Herencia Hispana, Dejando huella, CNN en Español y Discovery en Español, colaboraron juntos por primera vez.

"La sinergia entre ambos canales es absoluta: noticias y "factual" trabajando de la mano. Con Dejando huella aprovechamos el potencial de toda la organización para amplificar nuestro mensaje. Es la primera vez que CNN en Español se suma a esta campaña, y eso nos permite llegar a la audiencia con más fuerza y coherencia", indicó.

Consultada acerca del proceso de selección de las figuras latinas que aparecen en la campaña, Quadreny dijo: "Fue un trabajo en equipo con CNN en Español, que tiene gran experiencia elaborando perfiles de hispanos que hacen noticias. Buscamos ejemplos de personajes excepcionales —como Michell Stella, Diana Trujillo, Edgar Barrera y Priscila Coronado—, individuos que simbolizan la resiliencia y el impacto de los latinos en EE. UU.", finalizó.

Bloomberg Línea

NEGOCIOS

Warner busca competir con Netflix y Disney con nueva apuesta por los K-dramas

Warner Bros. Discovery firmó una alianza con CJ ENM, uno de los mayores conglomerados de medios de Corea del Sur, para incluir el servicio TVING.



Por **Sohee Kim** 16 de octubre, 2025 | 12:04 PM

Bloomberg — Warner Bros. Discovery Inc. (WBD) está entrando en una carrera para producir contenido original coreano al asociarse con uno de los conglomerados de medios más grandes del país, buscando alcanzar a los pioneros Netflix Inc. (NFLX) y Disney.

A principios del próximo año, el gigante estadounidense de los medios de comunicación albergará el servicio de streaming TVING de CJ ENM como centro de contenido de marca en su plataforma HBO Max en 17 mercados asiáticos, incluyendo el Sudeste Asiático, Taiwán y Hong Kong, según anunciaron las compañías el jueves en un comunicado conjunto.

Esta alianza ampliará la presencia internacional de TVING y ayudará a Warner a fortalecer la presencia regional de HBO Max.

El gigante estadounidense del streaming ha lanzado con fuerza su servicio HBO Max en Asia mediante alianzas con plataformas locales. Su estrategia para alcanzar a plataformas rivales como Netflix y Disney+ se produce en un momento en que el mercado asiático muestra un crecimiento relativamente sólido en las suscripciones, con especial interés en el contenido coreano.

"El contenido coreano cautiva al público de todo el mundo con su creatividad y originalidad", afirmó Miky Lee, vicepresidenta de CJ Group. "Juntos, ofreceremos narrativas auténticas que trascienden fronteras en una plataforma donde los fans podrán descubrir nuevos favoritos, revisitar clásicos atemporales y disfrutar de lo mejor del contenido global".

Para CJ ENM, la mayor productora de dramas de Corea del Sur, el acuerdo supone un gran avance en sus ambiciones globales. Su filial Studio Dragon alcanzó el éxito mundial con series de éxito como The Glory y Queen of Tears. Sin embargo, las plataformas de streaming locales como TVING han tenido dificultades para aprovechar este auge.

Fundada en 2020, TVING también avanza en su plan de fusión con su rival Wavve, propiedad de SK Group, para crear la mayor plataforma de streaming de Corea, con casi 10 millones de usuarios activos mensuales combinados.

telecompaper:::

Canal+ revenues decline 1% in Q3, hurt by contraction in Europe

| 16 OCTUBRE |

Canal+ Group has reported its first financial results incorporating MultiChoice, consolidated since 20 September. In the three months to September, MultiChoice contributed EUR 78 million over a period of eleven days. Excluding MultiChoice, third-quarter revenues declined 0.6 percent on a reported basis to EUR 1.52 billion (-1.0% at constant scope and currency). Revenues from pay-TV activities in Europe continued their downward trend, following a 4.3 percent drop in H1, contracting by 2.6 percent to EUR 1.12 billion.



This decline was partly offset by growth at the Africa/Asia operations, which rose 2.8 percent to EUR 258 million (-0.5% in H1), and in content production, distribution, and other revenues, up 8.0 percent to EUR 161 million (-2.6% in H1). Within the other-revenue segment, Dailymotion achieved a positive performance driven by an expanded commercial reach, posting double-digit growth in the nine months to September.

Canal+ Group confirmed there was no change to its financial guidance, last updated in early June. Full-year revenues are expected to decline slightly on a reported basis, reflecting the negative impact of contract terminations (Disney and Uefa Champions League sublicensing partnership) and the closure of the French free-to-air channel C8. Annual EBITA is projected at approximately EUR 515 million, while CFFO (Cash Flow From Operations) should exceed EUR 500 million.

NEWS ANALYSIS

Europe's big five pubcasters sound alarm over 'cultural emergency' in kids' content

Gün Akyuz16-10-2025© C21Media

Last week's MIA event in Rome saw European public broadcasters issue a stark warning over what they believe is a growing "European cultural emergency" around children's content.



Leading Europen pubcaster spoke of 'crisis' at last week's MIA gathering

Five of Europe's largest public broadcasters have issued a call to action to tackle what they have identified as a "European cultural emergency" around children's content.

The call follows the first ever meeting between the five pubcasters, held at the Mercato Internazionale Audiovisivo (MIA) coproduction and networking event in Rome last week.

Those present included the BBC's Patricia Hidalgo, director of children and education for the UK; Pierre Siracusa, director of animation, children and youth department at France Télévisions'; Roberto Genovesi, director of Rai Kids in Italy; Yago Fandiño, head of children's content at RTVE and director of Clan TV in Spain; and Patricia Vasapollo, head of family and fiction for HR/ARD in Germany.



Patricia Hidalgo

Their mood was one of concern over the "declining cultural relevance of European productions for young audiences" being witnessed against the rising number of global digital platforms, which increasingly dominate children's viewing time without regulation or cultural oversight.

In particular, the group highlighted the need for European players to promote "a strong audiovisual culture with shared values to build a common narrative for the next generation with animation and live-action fiction for children and youth."

Pubcasters play an essential role in nurturing local animation and live-action content for younger audiences and promoting European cultural identity and values. This is all at risk of disappearing as more dominant globalised media erode the traditional role of pubcasters in shaping those shared narratives, they argued.

Despite their social relevance, European children's productions have faced insufficient and declining investments across the region for some time, notably around educational and cultural programming.

This decline, coupled with unregulated external competition, has led to an existential threat to both the future of the industry and to a diverse media landscape for young audiences. Animation productions, for instance, have never been sustainable at a national level, almost always requiring European coproductions and common funding mechanisms to maintain their viability.

Moreover, without a common set of European rules, individual pubcasters' efforts are simply too fragmented to be effective, and their very mission is under serious threat, the group noted.



Patricia Vasapollo

In an unprecedented move, the five pubcasters have agreed to exchange a curated selection of projects twice a year as a first step. The focus will be on projects seeking completion financing, identifying coproduction opportunities and developing a more structured framework for collaboration.

The group has also called for joint industry and policy action to safeguard Europe's cultural identity and values. In particular, it has urged joint coordination within the European Broadcasting Union (EBU) to develop a concrete set of proposals.

"Europe's children deserve access to safe screens, stories that reflect the continent's diversity, values and imagination, ensuring that future will only be possible through a coordinated, collective European response," the pubcasters said in a joint statement.

"There's a crisis when it comes to delivering content to our children all around the world, but specifically around Europe," the BBC's Hidalgo said. "As public service broadcasters, we feel it's our duty to raise this concern. I have been saying for a long time that the lack of culturally relevant content, or a balanced diet of culturally relevant content for our audience, is not a problem just for the UK. It's a problem for the whole of Europe."



Pierre Siracusa

Details of the agreement between the children's pubcasters are expected to be unveiled soon, with a return to MIA next year also on the table.

MIA has form as a launchpad for lasting partnerships aimed at strengthening Europe's creative ecosystem. "Over the years, MIA has become the place where European broadcasters come together to imagine the future of our industry," said MIA director Gaia Tridente, highlighting high-end drama coproduction partnership The Alliance between Rai, France Télévisions and ZDF in 2019 and the New8 collaboration launched at MIA in 2023.

"We're also honoured to have hosted the closed-door assembly of the EBU's heads of drama for the past four editions, further confirming MIA's role as a strategic forum for high-level discussion," she added.

"With the new children's pubcasters meeting, we're proud to extend that collaborative spirit to the animation and children's entertainment sectors – areas that urgently need a unified European voice. We hope this gathering will become a standing annual meeting, returning to future editions of MIA."

Additional reporting by Karolina Kaminska.

The Hollywood Reporter



How Hollywood Learned to Love Influencers

After years of eye-rolling, the industry is finally waking up to the power of the booming creator economy. Is it too late?

By Taylor Lorenz October 16, 2025

This is the year that the power dynamics in Hollywood finally flipped.

The content creator industry, which has been ascendant for decades, finally surpassed traditional Hollywood in terms of clout, cultural capital and, increasingly, size. But as the creator industry is rapidly professionalizing, it's also facing disruption by the proliferation of AI, the platform landscape is being upended by politics, and livestreaming is rewriting the nature of fame and fandom.

In 2025, YouTube became the No. 1 streaming platform, surpassing competitors like Netflix and Amazon for the first time. People now watch more YouTube on their TV sets than their phones or any other device, making YouTubers some of the biggest television stars today. Outside of YouTube, the creator economy is now a $250 billion global force. In 2023, Goldman Sachs estimated that the content creator industry would grow to at least $480 billion by 2027. Today, about 67 million people are currently working as full- or part-time creators, with that number projected to balloon to more than 105 million by 2030, according to Goldman Sachs. In the U.S. alone, content creators contributed $55 billion to the GDP in 2024, equivalent to

nearly 500,000 jobs, according to Oxford Economics. Sponsored content deals are expected to surpass $10 billion this year, as more advertisers cut back on traditional media advertising and dive headfirst into influencer marketing. An industry that was once dismissed as teens making low-quality lip-sync videos on YouTube or performing skits on Vine is now a dominant force in media, commerce and culture.

Hollywood Leans In



From left: Twitch CEO Dan Clancy, Tubi CEO Anjali Sud and Netflix co-CEO Ted Sarandos Amy E. Price/SXSW Conference & Festivals/Getty Images; Manny Carabel/Getty Images; Matt Winkelmeyer/GA/The Hollywood Reporter/Getty Images

All of this has put Hollywood on notice, and the traditional entertainment industry is showing more eagerness to embrace the creator economy. "We've seen a big shift since the writers strike," says Aliza Licht, founder of Leave Your Mark, a digital strategy consultancy and a founding member of the American Influencer Council. She says that not only is traditional talent embracing digital platforms, but writers, actors and producers who previously worked in traditional entertainment are now working on social-first content. Creators are hiring scriptwriters, production managers and out-of-work actors as Hollywood pivots. "Now, everyone needs to fit into a creator world," Licht says.

In January, Netflix signed Rachel Accurso, a popular YouTube educational creator known as Ms. Rachel, to bring four episodes of her show onto the platform. During the company's second-quarter earnings call, Netflix co-CEO Ted Sarandos said that the streaming platform was actively hunting for internet talent. "We want to be in business with the best creatives on the planet. Regardless of where they come from," he said. He added that Netflix also was taking a look at "a wide variety of" video podcasters "that might be a good fit for us."

In June, Tubi rolled out "Tubi for Creators," a program aimed at bringing episodic content from influencers onto the streaming platform. The initiative launched with six inaugural creators including Jubilee, Rhett and Link, Watcher and more than 500

episodes of creator-made content distributed across Tubi's platform. "We're listening to our viewers and recognize their desire for more stories that reflect culture and talent from the digital world," says Anjali Sud, CEO of Tubi.

Avi Gandhi, founder of Creator Logic, a publication about the business of creators, says it "boggles [his] mind" why more of the legacy studios haven't sought to lean more into the influencer space: "The richest trove of IP in human history is right in front of us, and they're not mining it." Gandhi adds that these Hollywood execs are going to have to figure things out quickly because there "is a rising tide of companies, like Chronicle Studios, Further Adventures and Super Ordinary, that want to be the new studios."

What's New is Old

The new class of professionalized, Hollywood-ready creator talent isn't what you might think of when you hear the word "influencer." Over the past year, the creator economy has branched out, with more and more older adults building media ventures. "The fastest-growing kind of group in the creative economy are grown-ups, adult professionals who have gotten laid off or who are tired of working for a company and are becoming creators as a way to grow their own businesses," says Gandhi.

These later-stage professional creators have been a boon for advertisers that are seeking to reach previously untapped communities online. More brands are seeking to work with creators on newsletter platforms like Substack or Beehiiv. "[These creators] can make money with small audiences because they cater to niches that have money," Gandhi says.

Big brands also are allocating more money to influencers. Earlier this year, Unilever's incoming CEO announced that the company would spend 50 percent of its media budget with creators, while multiplying the number of creators that the company works with by 20.

The Great AI Divide

The rise of AI, however, might throw a wrench into the whole system. Just this month, OpenAI released its first social app, a video generation platform called Sora 2 that allows anyone to create shortform AI-generated content. YouTuber Jake Paul was the first creator to mass open-source his likeness, allowing anyone on the app to "cameo" him into their content, generating thousands of views without him ever having to create a single piece of content.

"Ultimately, AI helps the creator economy because it makes it so much easier to create content," says Eric Wei, co-founder of Karat, a banking and finance company for creators. "I think we're going to see either the existing leaders adapt to AI or a new generation for whom AI is part of their workflow." Fully AI-generated creators already are garnering popularity. Evan Britton, CEO of Famous Birthdays, which is like a Wikipedia for influencers, says it launched AI creators in its database this year. "We're seeing them rise," he says. "[AI creators] are clearly going to be part of the ecosystem."

But while AI creators generate some version of fandom, Billy Parks, a venture partner at Slow Ventures, says that ultimately it's the human-to-human relationship creators generate that makes them so compelling. "I believe that the creator's deep relationship with their audience — especially those that are adding value to their audience that are experts — is going to rise above AI slop," he says.

Political Land Mines

One uniquely human issue creators are increasingly having to navigate is the political landscape. With the Trump administration exerting more pressure on the platforms, Elon Musk funneling millions of dollars to political creators on X, and TikTok shifting ownership, creators now have to navigate choppy political waters if they want to remain on good terms with the platforms and ensure that they don't become targets of government crackdowns on speech.

Creators also report that the hyper-partisan political climate and escalating tensions over certain issues have made it harder than ever to cultivate a broad-based fandom. "If you don't post, you're a horrible person; if you do post, you're a horrible person," says Gigi Robinson, a Gen Z content creator. "Things are so hostile, it's hard to do anything. There are people out there making spreadsheets of [what people are doing and saying online]."



Left-wing creator Hasan Piker livestreams hyper-political content. UbeScreenshot/YouTube

Both political parties have sought to leverage content creators more over the past year. Trump has invited influencers into the White House briefing room and worked with them to push key policy issues. Leftist Twitch streamer Hasan Piker has amassed a powerful audience of millions by challenging the administration and

educating young people on progressive politics. Mainstream Democratic organizations, meanwhile, have struggled to catch up.

Live From Everywhere!

While much of the content creator industry was dominated by shortform a few years ago, livestreaming is taking over. Viewers watched more than 20 billion hours of live content in 2024 on Twitch (the equivalent of 2 million years) which paid out more than $1 billion to its creators.

“Right now, the biggest stars in the world are all streamers,” says Zack Honarvar, founder of Good Story Studios, an entertainment studio that works with creators. Adds Twitch CEO Dan Clancy: “Social media is increasingly not social, shortform, impersonal, endless scrolling. We see Twitch and live content as the antidote to that.”



Darren Jason Watkins Jr., aka iShowSpeed, plays traditional instruments in Shenzhen, China VCG/VCG/Getty Images

Young creators like Darren Jason Watkins Jr., aka iShowSpeed, 20, and Kai Cenat, 23, have had a breakout year by developing longform programmatic content and narrative streams. IShowSpeed, for example, embarked on a world tour, giving viewers an unfiltered look into countries like China from the perspective of a Gen Z creator. Cenat, meanwhile, took over an entire university campus where he hosted Streamer University, an online reality show to find the next big influencer.

VARIETY

Oct 17, 2025 10:16am PT

India's JioStar Reports $2 Billion in Half-Year Revenue, 400 Million Streaming Users

By **Naman Ramachandran**



Shubman Gill

JioStar, the Indian media giant formed from the merger of Disney's Star India and Reliance's Viacom18, reported record quarterly EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization) of $196 million with industry-leading margins of 28.1% for the quarter ended Sept. 30, parent company Reliance Industries has revealed.

The media business posted gross revenue of $815 million for Q2 FY26, with profit after tax reaching $149 million. For the half year, JioStar generated revenue of $2.08 billion with EBITDA of $310 million, representing a margin of 17.5%.

JioHotstar, the platform's streaming service, averaged 400 million monthly active users during the quarter, demonstrating strong user retention following the conclusion of the Indian Premier League cricket tournament. The platform's ability to maintain

engagement post-IPL was attributed to robust performance across both sports and entertainment properties.The India-England Anderson-Tendulkar Trophy became the most-watched Test series ever on a digital platform, drawing 170 million viewers and setting a new reach benchmark for cricket on streaming services.

“Ongoing efforts in personalization and seamless content discovery, combined with effective marketing strategies, resulted in improved user retention and higher engagement,” the company stated in its results announcement.

The network reached over 830 million viewers on television, delivering more than 60 billion hours of watch time during the quarter. JioStar improved its TV entertainment viewership share by 30 basis points year-over-year to 34.5%.

On the sports front, the Wimbledon tennis championship saw 77% growth on JioHotstar, while the newly acquired U.S. Open set benchmarks with 388 million minutes of viewership on linear TV, marking the highest-ever for the tournament. Other key properties including Premier League soccer, Pro Kabaddi League Season 12, and the ICC Women’s World Cup cricket also launched successfully during the quarter.

Star Plus captured audiences with the highly anticipated revival of long-running soap “Kyunki Saas Bhi Kabhi Bahu Thi,” which delivered record-breaking viewership across TV and digital platforms, representing the biggest Hindi-language general entertainment channel fiction launch in the past five years.

Digital subscriptions continued to grow strongly, supported by a curated content calendar and effective subscriber lifecycle management. Shows including “Special Ops 2,” “Sarzameen,” and “Heart Beat 2” not only set new platform benchmarks but also topped external ranking charts.

The platform’s international content library maintained strong performance, driven by increased adoption of dubbed content across various local languages, which expanded audience reach and engagement.

JioStar’s “Bigg Boss” franchise – the Indian adaptation of the “Big Brother” format – across the Hindi, Malayalam, and Telugu languages registered 55% year-over-year growth in watch-time on digital, while the third installment of the “Jolly LLB” film franchise delivered strong performance at the box office.

For the period from November 14, 2024 to March 31, 2025 (representing FY25 results), JioStar reported gross revenue of $1.24 billion with EBITDA of $87 million, representing an 8.1% margin during the initial post-merger period.

EL ESPAÑOL invertia

DISRUPTORES



Adriana Moscoso, directora general de GESAC, la asociación que agrupa a los creadores europeos, y Anna Giralt, cineasta e investigadora. Cofundadora de Artefacto, centro de creación e investigación sobre cine, política y tecnología, en Zinemaldia Startup Challenge 2025.

EUROPA / ENTREVISTA

El audiovisual europeo defiende la regulación de la IA para primar el talento local, pero avisa: "España debe acelerar"

- DISRUPTORES analiza con Adriana Moscoso (GESAC) y Anna Giralt (Artefacto) el impacto de la inteligencia artificial en la industria audiovisual europea. "Podemos crecer de otra manera, es falso que regular sea un freno".

Beatriz Aznar San Sebastián (País Vasco) 18 octubre 2025

No es fácil encontrar foros donde expertos de la industria audiovisual europea aterricen el impacto de la inteligencia artificial en este sector. El Festival de San Sebastián es uno de ellos. Su peso en este campo es indiscutible, con uno de los festivales cinematográficos de mayor repercusión dentro y fuera de nuestras fronteras.

Lo que quizá ya no es tan conocido por el gran público, ese que llena los alrededores del Kursaal cada año ávidos por conocer a las grandes estrellas, es que no muy lejos de allí, en el Centro de Cultura Contemporánea Tabakalera, se está construyendo otro foro de referencia para perfilar la industria audiovisual que llega y donde la tecnología y, en particular la IA, son parte fundamental de la ecuación.

Hablamos de Zinemaldia & Technology, un espacio para la reflexión e intercambio de ideas, donde la iniciativa Zinemaldia Startup Challenge está atesorando cada año mayor relevancia para ayudar a difundir y fomentar el debate en torno al impacto de la innovación en esta prolífera industria.

En la convocatoria de este año, la inteligencia artificial copó, como no podía ser de otra manera, gran parte de las reflexiones que se escucharon el pasado 25 de septiembre en el marco de Zinemaldia Startup Challege. Especialmente interesante fue la mesa redonda en la que participaron dos de las protagonistas que centran este domingo esta entrevista a dos en DISRUPTORES - EL ESPAÑOL.

Ellas son Adriana Moscoso, directora general del Grupo Europeo de Sociedades de Autores y Compositores (GESAC) -representa a sociedades de gestión colectiva de autores en Europa y defiende los derechos de más de un millón de creadores- y Anna Giralt, cineasta y reconocida investigadora, además de cofundadora de Artefacto, un centro de creación e investigación sobre cine, política y tecnología.



Adriana Moscoso, durante la mesa redonda sobre inteligencia artificial

DISRUPTORES conversa con ellas tras escuchar atentamente la radiografía que hacen sobre el impacto de la IA en la industria cinematográfica en una mesa redonda en la que también participó Selva González, Film & XR Producer. Sin lugar a dudas, uno de los platos fuertes del programa de Zinemaldia Startup Challege.

La regulación es uno de los principales desafíos de esta tecnología tan transformadora y Europa tiene ante sí la oportunidad de definir sus señas de identidad. "Ni la regulación de la IA ni la protección de los derechos de autor son un freno a la tecnología. Eso hay que dejar de decirlo porque no es verdad. Europa tiene que diseñar su modelo propio en contraposición con el americano", indica al respecto Adriana Moscoso.



"Hay que reivindicar nuestras señas de identidad, tenemos que definir nuestro modelo y nosotros también tenemos muchas empresas de tecnología, muchas startups y empresas de IA que estarían dispuestas, por ejemplo, a llegar a acuerdos con sociedades y autores para tener una licencia", añade la directora general de GESAC.

Moscoso es categórica y beligerante en la defensa de esta idea, primero, en la mesa redonda y, después, en nuestra entrevista. "Las startups que tenemos en Europa ven a las americanas y pueden pensar que ellas han crecido así porque no ha habido regulación. Pero esa no es la cuestión: tenemos que buscar otro modelo porque, realmente, somos diferentes y podemos crecer de otra manera".

Y sentencia: "Soy una fiel defensora de que creatividad e innovación siempre han ido de la mano y tienen que seguir haciéndolo".

Pero ¿estamos a tiempo de decidir cómo queremos que la IA transforme la industria audiovisual? Anna Giralt es clara al respecto: tenemos margen de acción. "Todavía estamos en un momento donde tenemos que decidir cómo queremos que se implemente en el sector esta tecnología. No es una tecnología foránea que toma decisiones por sí sola, sino que depende de nosotros, de cómo la implementamos".

La hora de la divulgación y la formación

Para la cineasta e investigadora en esta etapa incipiente de la AI el sector debe entender "qué significa esta tecnología". Es, por tanto, la hora de la divulgación, la formación y el debate.

"Falta formación, divulgación, que se entienda el alcance de esta tecnología. Hay que diseñar políticas públicas y privadas, con un compromiso más allá de lo legal, marcado por la ética y la responsabilidad individual". Y avisa: "Ahora siento que hay mucho rechazo por parte de las instituciones".

Reticencias y dudas generadas por el cambio de paradigma que conlleva aparejada la IA. No es algo nuevo, ha sucedido cada vez que una tecnología muy disruptiva aparece.

"Las dudas que hay ahora van muy vinculadas a la legalidad y creo que debe copar toda la conversación, tenemos que ir más allá de eso: generar estos espacios para entender cómo la IA ya está aquí, cuáles son las oportunidades que brinda y definir cómo queremos ser de aquí a un tiempo en toda la industria porque es una herramienta que, evidentemente, no se puede obviar".



Anna Giralt, durante su intervención en Zinemaldia Startup Challenge de este año.

Nos interesamos en nuestra charla con Giralt sobre qué nota saca el sector audiovisual español a la hora de implementar la inteligencia artificial y su respuesta nos deja claro que existe margen de mejora.

"El sector audiovisual tiende a ser un poco conservador, no es muy ágil a la hora de de formarse en este ámbito". Y matiza: "Hay una parte del sector que está usando esta tecnología para hacer proyectos que no habían podido acometer antes, como nosotros en Artefacto; un cine más experimental, donde nos permitimos el ensayo y error. Antes no era posible, con lo cual estamos generando trabajo y negocio".

> *"La IA nos permite hacer un cine más experimental, donde asumimos más el ensayo y error. Antes no era posible, con lo cual estamos generando trabajo y negocio"*
>
> **Anna Giralt**, CEO de Artefacto

Y es que, según la experta, la clave está en ir más allá de utilizar su potencial para automatizar parte del proceso. "Creo que hay un poco de lentitud en el sector a la hora de interesarse por la tecnología per se, ya no digo adoptarla, sino entenderla".

En este punto del relato, las nuevas generaciones van a desempeñar un papel fundamental. Así lo defiende Adriana Moscoso: "Estamos ante un cambio generacional. Los relatos son otros, la manera de ver el mundo es otra. Quienes están ahora empezando son chavales que nacieron ya con internet, supone un cambio de paradigma".

Todas estas cuestiones están en juego al hablar de industria audiovisual, inteligencia artificial y Europa. "Es un un momento apasionante y muy estratégico para definir políticas públicas a largo plazo que van a implicar lo que va a ser Europa en los próximos las próximas décadas", concluye Moscoso. El reto es mayúsculo y tan sólo acabamos de comenzar a andar el camino”

DISRUPTORES

The Hollywood Reporter

TV NEWS

At MIPCOM, AI Wasn't a Threat — It Was an Opportunity

Attendees were too enamored with YouTube to notice that the world's first entirely AI series made its debut on the Croisette.

By Lily Ford October 17, 2025 12:32pm



The computer-generated Tilly Norwood.

"You can call it slop all you want, it's pretty cool."

Sean Atkins, CEO of creator-led video production company Dhar Mann Studios, was talking on MIPCOM Cannes' main stage on Tuesday about the release of Sora 2. The latest piece of futuristic tech from Sam Altman's OpenAI, Sora 2 is a TikTok-style text-to-video app that allows users to conjure up whatever they want, and will even let people scan their face to place themselves in hyperrealistic clips. The product's release immediately panicked Hollywood, but at MIPCOM, the 41-year-old TV market held annually in Cannes, it was cause for celebration.

“I’m an optimist,” Atkins added at his headliner session, “so I’m not necessarily worried about [AI] long-term, but I think there’s some near-term pain we’re all gonna have to put up with.” The former MTV president said Dhar Mann Studios — featured in The Hollywood Reporter‘s latest cover story on YouTube’s world domination — uses artificial intelligence in their production flow.

It was a MIPCOM entirely dedicated to the creator economy, with YouTube stealing the spotlight from day one. In between all the keynote sessions, panels and showcases on creator content, however, was the next big disruptor for the film and TV industry, flying ever-so-slightly under the radar: “Monetizing Content in the Age of AI,” “Next in AI” and “Nurturing Future Creative Leaders with AI” were among the events on the lineup this year, as well as sessions with full-time AI artists on how to integrate the tech into your content.

The general consensus among industry execs is that any hopes of fending off the AI boom are long dead — and the work to accommodate it has already been done. “Before doing AI, we had to fix the plumbing and build the right tech infrastructure,” Damien Viel, Banijay‘s chief digital & innovation officer, tells THR on the ground in Cannes. “Because if you want to get AI empowered in your company, you need to get data, you need to get your infrastructure organized and you need to build AI platform.”

Viel explains that any “plumbing” work extends to the legal framework at Banijay too, with 130+ production companies in need of a code of conduct over the tech and a whole lot of transparency. It’s taken the content powerhouse two years to get the infrastructure in place. Now come the team-ups: “We are super optimistic for this MIP because we’ve done the plumbing, and now we can come and talk to platforms like YouTube and say, ‘We are ready to start collaborating with you.'”

One of the most visible uses of AI for a company like Banijay is clipping tools — applications that use artificial intelligence to automatically identify and extract compelling moments from longer videos, transforming them into short clips that can be easily shared. “We’ve put 200,000 hours of content on the cloud,” says Viel, “and we have indexed this content to make it searchable, clippable and with the right languages.” The tool will even allow searches based on the emotions AI has detected in the videos.

It’s not long before the Frenchman also brings Sora 2 into the conversation, a platform he believes will help his company wade through the most pressing problem in TV right now: consumer centricity. “Sora 2 is an opportunity because now, finally, we can get videos that are longer than two, three, four minutes — we can now go to five, seven and eight, and that’s going to be changing the way we operate. But more importantly,” says Viel, “what Sora 2 is [doing] is bringing a new way of consuming content with an app or social media.”

For the Banijay exec, it's not so much about what the final result is, but what Sora 2 will demonstrate about the wants of audiences. He discusses Banijay's newly-launched partnership with YouTube, the Creators Lab, where selected YouTube stars are to be given €50,000 ($58,000) to inject new life into the company's dormant TV formats. "The principle of this lab with YouTube is we are not only finding a way to finally collaborate with creators, we're also trying to learn from them," says Viel. "What they're using, how they're so effective, and how we can build together the entertainment that's [put] on in the living room in the next one or two years."

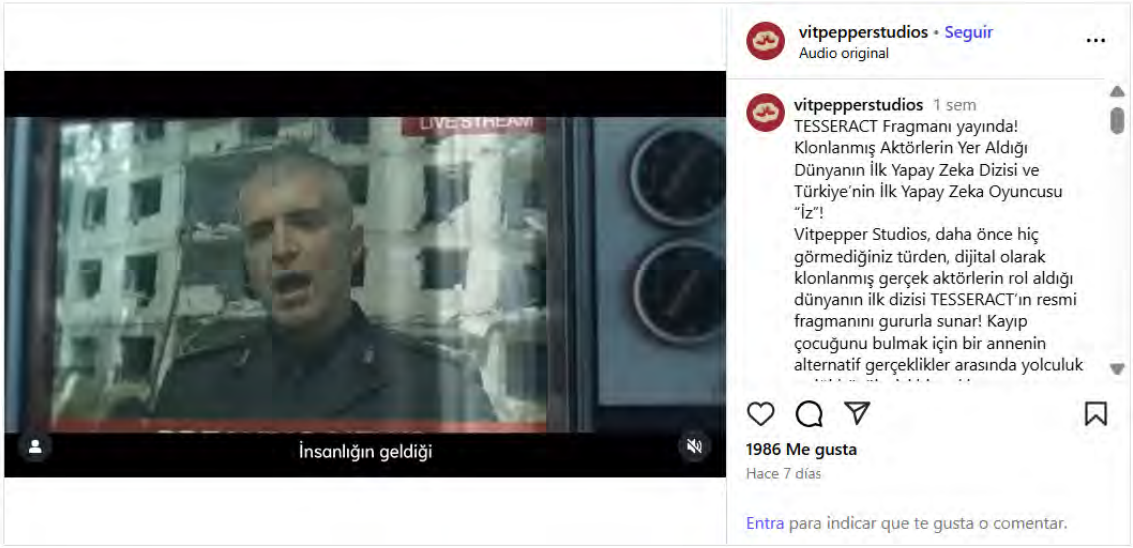
This kind of exploration into consumer appetite is what AI is now permitting at big studios, adds the Banijay chief. "Having a full movie generated by AI? It's already done… But this is not the way we can be more creative. We will be more creative the day we perfectly understand what these users want to watch and how we can bring them into this experience."

Can Viel imagine a world in which one of Banijay's 130 or so production companies would hire an AI "actress" like Tilly Norwood in a lead role in a TV show? "I don't think the machine is, right now, the best-equipped in terms of sentiment," he responds. "I think that the challenge we have is to keep creativity and human sentiments in everything we do. But," he adds, "we've got tools that help us detect new sentiments. We can [use AI] to extract content that we've already made and produced."

Frenzy around the news that talent agencies were looking to sign Norwood has now seemingly died down. "It has no life experience to draw from, no emotion and, from what we've seen, audiences aren't interested in watching computer-generated content untethered from the human experience," read a scathing statement from SAG-AFTRA about Norwood and its creator, Eline Van der Velden's Particle 6 Productions. "It doesn't solve any 'problem' — it creates the problem of using stolen performances to put actors out of work, jeopardizing performer livelihoods and devaluing human artistry."

The widespread outrage from actors, filmmakers and labor unions over computer-generated talent hasn't stopped the jokes rolling in on social media and beyond. "I remember watching [Saturday Night Live] in the '70s," said Amy Poehler during her Oct. 11 SNL hosting gig. "Sitting in my house in Burlington, Massachusetts, thinking, 'I wanna be an actress someday, at least until they invent an AI actress who's funnier and willing to do full frontal.'"

Though Tilly Norwood has, as an emblem of what the future could hold, been met with fury across the board, AI talent was actually up for grabs at MIPCOM. One session titled "Freedom Reimagined: AI, Vertical Drama & the Turkish Wave" debuted a trailer for what Vitpepper Studios has dubbed the world's first series entirely generated by artificial intelligence. Tesseract, following a woman named Laila who embarks on a search through alternate realities for her missing child, boasts six episodes.



Pamir Güroğlu, chief growth officer & partner at Vitpepper Studios, and Erim Şişman, film director, scriptwriter, and director of AI Studio at Vitpepper, took to the MIP Creative Hub to premiere the trailer to the international market. "As the debate heats up and the technology evolves super fast… I think we should maybe show what the future looks like," began Güroğlu. "Because AI takes it a step further and shows what's merging with human creativity and the capabilities of technology — how it enables the human imagination. So we would love to show you what the future looks like, and I would love to present the teaser of Tesseract, our first 100 percent fully AI-generated series."

Tesseract, a vertical drama produced in the English language, stars "digitally-cloned real actors" and Turkey's first AI "actor" İz. It was hailed as the pinnacle of innovation at Vitpepper's MIPCOM session, and yet, buzz surrounding the trailer was minimal. The YouTube hysteria proved an almighty distraction.

AI sessions at the Palais this year seemed to suggest that workflow uses of artificial intelligence are already in practice at all of the major studios and production companies — not yet a threat to jobs but efficient and economical. And while the much grander, bolder AI content (such as Tesseract) remains experimental, it is officially out there: under our noses, in front of buyers and given stage time at the busiest TV market in the world.

Said Atkins at his headliner session: "There's three things required for any creative [endeavor] whether we're talking poetry, speech-writing, screenplays, painting: you have to have a vision. You have to have the will and effort to do it… And you have to have the means. AI is not changing if someone has the vision. It's not changing [the effort]. It's changing the means."

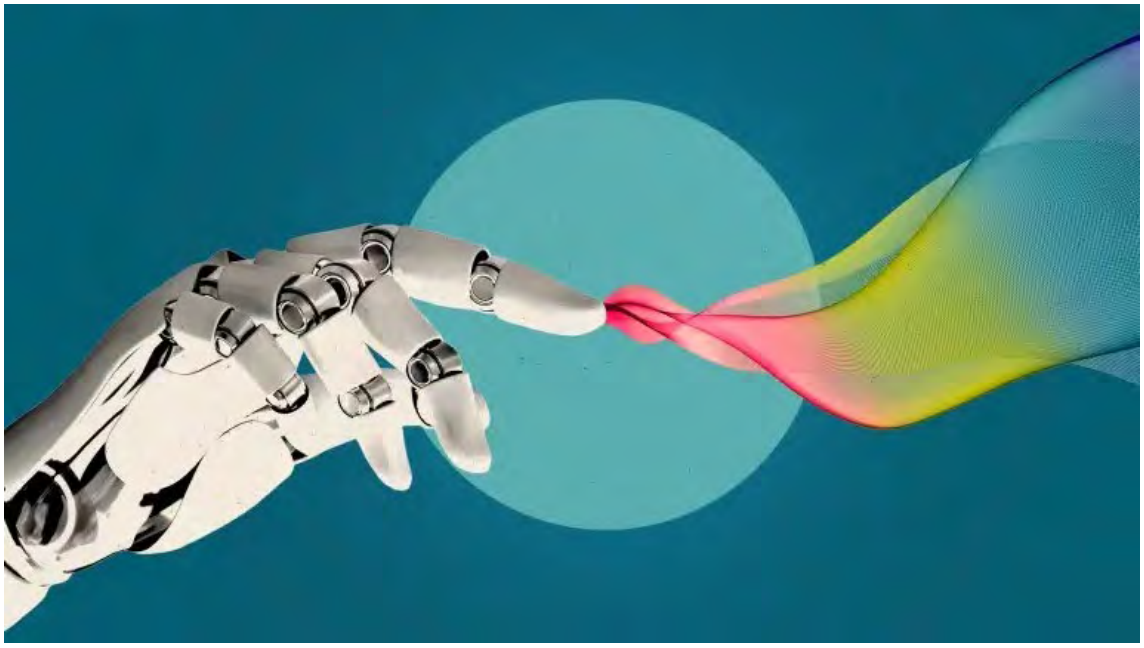
VARIETY

Oct 16, 2025 10:55am PT

LISTEN: AI Vs. Script Readers – Who Does the Job Better?; Microdramas, Creators and YouTube Dominate Mipcom Buzz

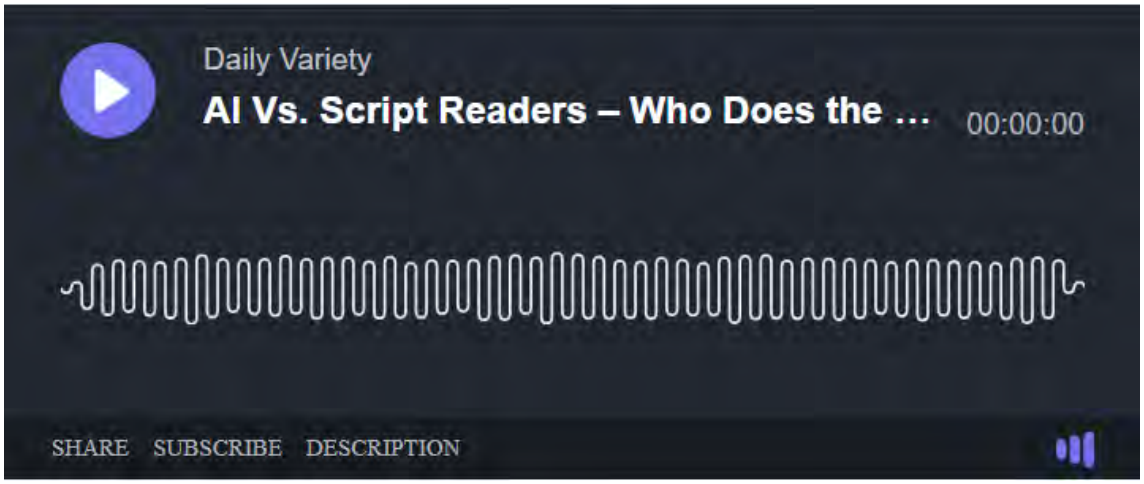
'Daily Variety' podcast dives into news, trends and personalities making headlines in showbiz

By **Cynthia Littleton**



On today's episode, Variety's Gene Maddaus details recent efforts to test AI-powered software against professional script readers. The results only raise more questions. Plus, a roundtable on the biz and buzz at the Mipcom content market in Cannes with Variety international veterans Elsa Keslassy, John Hopewell and Leo Barraclough.

Maddaus' report, available in Variety's Oct. 15 print edition and at Variety.com, reveals that the Editors Guild recently arranged a human vs. computer test of professional script readers against AI-powered software designed to sift through dozens of scripts to find the most promising works and most talented scribes. There's a growing understand that many industry pros are likely already using software to help tame heavy workloads.



In a nutsell, the test arranged by the cutter's union documented that AI tools are great for organizing, classifying and summarizing. Giving helpful notes with observations on the merits of the storytelling and the storyteller(s) — not so much.

"They put human script readers versus all these AI programs and matched them across all these different dimensions and found that the notes are where the humans still beat the AI hands down," Maddaus says.

"When [AI software is] tasked with just distilling the content, it does a pretty good job of that. It can write a logline just as well as a human being can write a logline, and maybe better. It doesn't have maybe the idiosyncratic problems that a human would would introduce," Maddaus says. "It can do a summary that's pretty good, but maybe not as good as a professional script reader doing it. But passable. It's when it gets to notes that the real problem begins. Evaluating critically — is this a good script? Does this have something new to say? Is it just regurgitating what we've already seen a thousand times? That's where it just cannot do the job. That's what they found."

There's sure to be more industry wrangling among studios, guilds, lawyers and judges over the parameters of how AI is used in a profressional context. But the march of time may soon shift the general mindset on AI, Maddaus observes.

"If you talk to the top, top people who do story analysis at the studios, they will tell you that the executives really do rely on them and value their input and see it as a vital, essential part of their process. They would be pretty unhappy to have that person replaced by a computer," Maddaus says. "The concern that people have is, to what degree does this become kind of normalized over time? And when, a younger generation comes up that has spent their school years using AI to help with their studying and help write their college essays or whatever, are those folks going to be much more comfortable with this kind of thing? And the way that they do things now will just be completely outmoded. That's that's really the fear."

The episode also features a roundtable session to wrap up Variety‘s team coverage of the Mipcom global content market. Keslassy, Variety‘s international editor based in Paris; John Hopewell, intrepid correspondent and editor of our digital dailies franchise, who is based in Madrid; and Leo Barraclough, international features director based in London.

The group runs through rapid-fire questions about what stood out and what is coming around the corner after four concentrated days on the Croisette talking business and international distribution. The shift of the energy in the industry toward new forms of content from creators, YouTube, microdramas and more was palpable in the Palais des Festivals this year.

“The biggest surprise was hearing Marco Bassetti from Banijay, which is a company best known for unscripted formats like ‘MasterChef,’ ” Keslassy says of her on-stage sitdown with the CEO of the French production group. “They’re actually looking to invest more in movies because Marco thinks that people are going to get tired of series repeating themselves with the same plots. And so he thinks that there’s going to be a growing appetite for movies, and he wants to invest more.”

Empezó con la tele y ahora quiere conquistar los cines: Movistar Plus+ estrena este mes tres películas en salas

Tras su paso por cines de toda España, los tres títulos originales de Movistar Plus+ se estrenarán en la plataforma

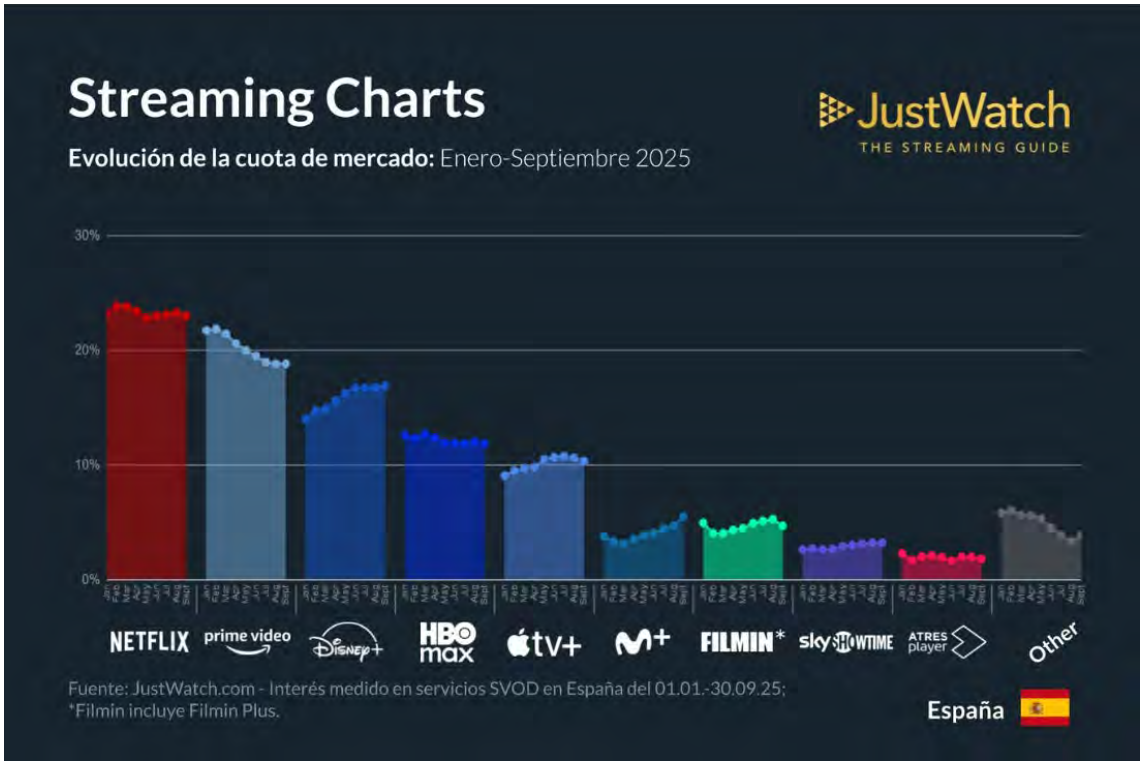


Laura Sacristán 18 OCT 2025

Si algo diferencia a Movistar Plus+ de Orange TV y Vodafone TV, es **el contenido propio** que ofrece la televisión de Movistar: desde películas y series hasta documentales de todos los géneros y programas para todos los gustos. Es un valor añadido que está ayudando a la plataforma para ir creciendo en número de abonados mes tras mes.

Y si está conquistando las teles de tantos usuarios, ¿por qué no iba a intentarlo con las salas de cine? Dicho y hecho. Movistar Plus+ ha anunciado el estreno de tres títulos originales que **llegan en exclusiva a cines** de toda España este mes de octubre.

Dos ficciones y un documental



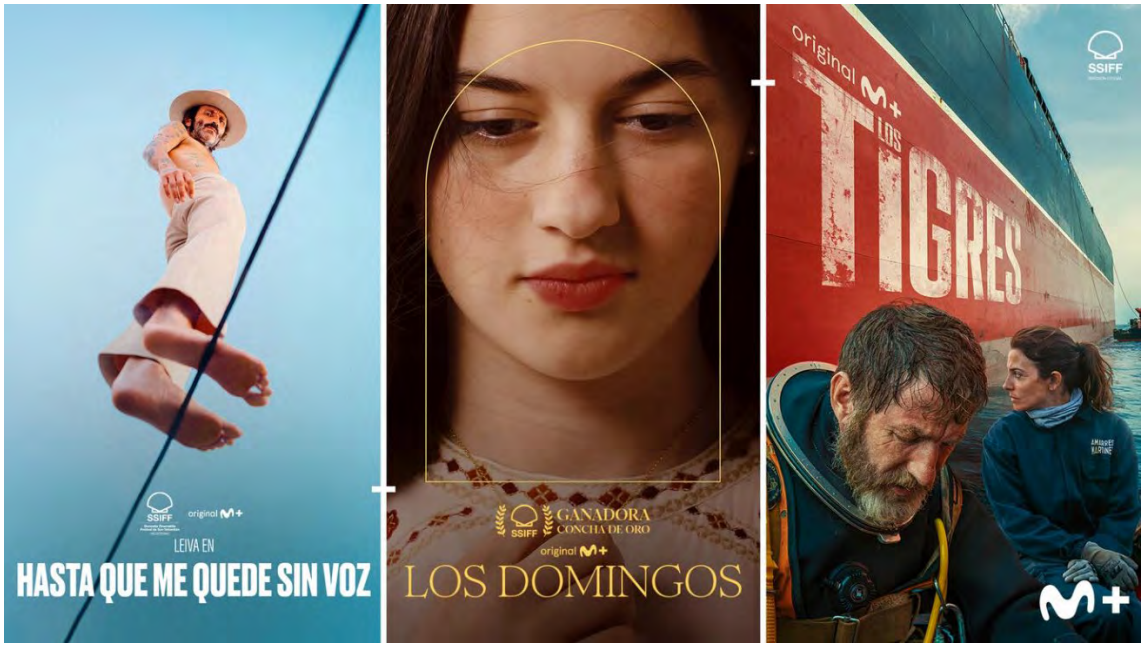
Según los datos de la guía de streaming JustWatch, Movistar Plus+ encadena ya seis meses consecutivos al alza en España, lo que le ha llevado a alcanzar **una cuota de mercado del 5%**, igualando la de Filmin y superando a otras plataformas como SkyShowtime o Atresplayer.

Ese éxito se debe, en gran medida a la apuesta de Movistar por los deportes (especialmente, por el fútbol) y por los contenidos exclusivos de producción propia. Los denominados **"Originales de Movistar Plus+"** incluyen programas, documentales, series y películas.

Precisamente los largometrajes no paran de darle alegrías al operador, pues 'Sirat', película original de Movistar Plus+, ha sido seleccionada para representar a España en los Oscar 2026. Además, hay tres títulos producidos por la plataforma que van a llegar en exclusiva **a la gran pantalla** este mes de octubre:

- **'Hasta que me queda sin voz' (estreno el 17 de octubre):** una película documental narrada por el propio Leiva que recorre su adolescencia, sus inicios con Pereza, su relación con Joaquín Sabina y su batalla para sobrellevar su problema de voz.
- **'Los Domingos' (estreno el 24 de octubre):** escrita y dirigida por Alauda Ruiz de Azúa, la película ganadora de la Concha de Oro en el pasado Festival de San Sebastián cuenta la historia de una joven brillante que se plantea vivir como monja de clausura.

- **'Los Tigres' (estreno el 31 de octubre):** esta película dirigida y coescrita por Alberto Rodríguez, y protagonizada por Antonio de la Torre y Bárbara Lennie se alzó con el Premio de Jurado a la Mejor Fotografía en el Festival de San Sebastián. Un drama fraternal con tintes de thriller y el trasfondo del mar.



La decisión de estrenar estos títulos sólo en cine responde, según Movistar Plus+, a "su compromiso con la exhibición en salas de cine". Tras su paso por los cines de toda España, estos tres largometrajes originales de Movistar Plus+ **llegarán en exclusiva a la plataforma** de streaming del operador.

¿Significa eso que este mes no habrá un estreno de cine al día en Movistar Plus+ como promete la OTT? No, ni mucho menos. Octubre también nos está dejando **numerosos estrenos de cine** en la plataforma, como 'Rivales', 'La acompañante', 'Paddington: Aventura en la selva', 'The Monkey' o 'Kung Fu Panda 4', además de una potente selección de terror para celebrar el Festival de Sitges y Halloween.

Xataka móvil

TELVA

CULTURA

Serena Williams, la tenista que cambió la reglas del juego: "Mi padre decía que yo era como un pitbull, que acabaría siendo mejor que Venus"

BEGOÑA DOÑAT

17/10/2025 - 12:16

Movistar Plus+ estrena una serie documental de ocho episodios que repasa la vida y el legado de la deportista más influyente del siglo XXI.



Para Serena Williams la moda fue su segunda arma: en el US Open de 2004 con minifalda vaquera.

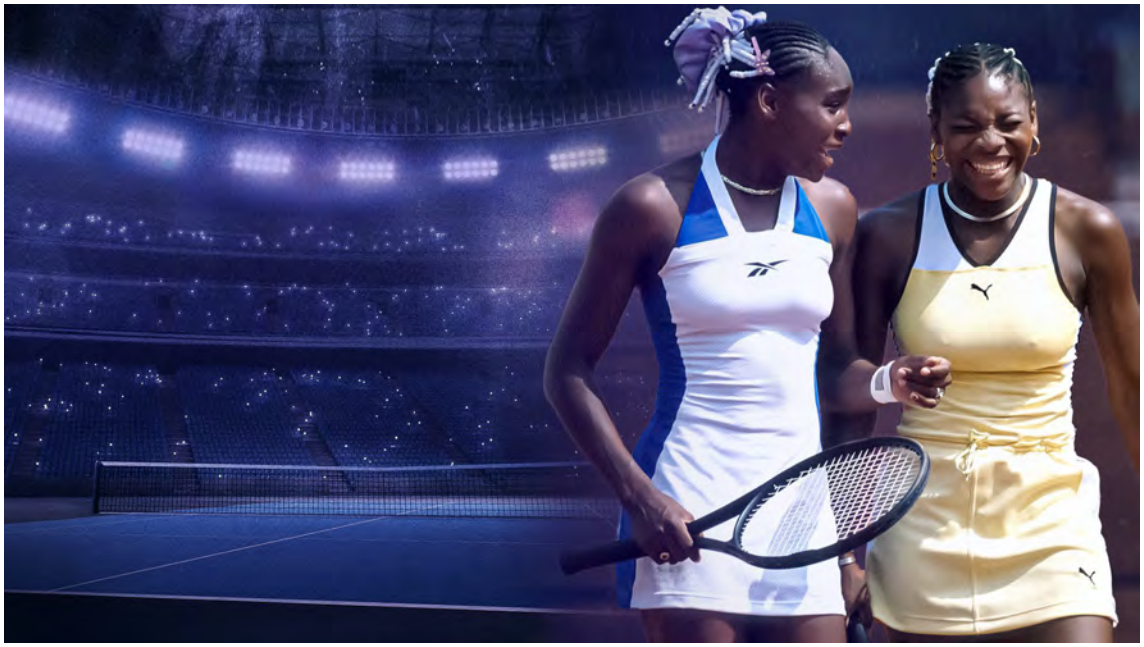
Desde sus primeros golpes junto a Venus en las pistas de Compton hasta su transformación en empresaria, madre y símbolo cultural, Serena Williams recorre su vida en una serie documental de ocho episodios con una honestidad sin precedentes, donde confiesa que ganar "siempre ha sido como una gran droga".

Hace tres años que la tenista colgó la raqueta que la llevó a lo más alto: cuatro oros olímpicos, 23 Grand Slams individuales y 73 títulos. Sin embargo, su energía se ha transformado del músculo al relato. En 'In the Arena: Serena Williams', la serie que Movistar Plus+ estrena en nuestro país, se convierte en narradora de su propia leyenda. Los dos primeros episodios ya están disponibles y la plataforma irá lanzando una doble entrega semanal. La serie estará completa el 5 de noviembre.

Dirigida por Gotham Chopra y producida por la propia Serena, la propuesta audiovisual no es un simple repaso biográfico, sino una inmersión en la mente de una mujer que cambió las reglas de un deporte y de una época. La pequeña de las Williams, "la otra hermana", como la llamaban cuando Venus era el prodigio, repasa su ascenso desde los barrios humildes de una ciudad del condado de Los Ángeles hasta el Olimpo del tenis mundial.

PARA GANAR A VENUS WILLIAMS, SU HERMANA, SU AMIGA Y SU MAYOR RIVAL, DECIDIÓ NO MIRARLA A LA CARA DURANTE LOS PARTIDOS

Su historia no se entiende sin la de Venus, su eterna rival y su mejor amiga, ni sin la sombra controvertida de su padre, Richard Williams, el hombre que desafió el racismo, la pobreza y las probabilidades para crear dos campeonas. Su plan fue alejarlas de las drogas y las pandillas, pero la disciplina a la que las sometió ha despertado no pocas controversias.



Richard Williams desafió el racismo, la pobreza y las probabilidades para crear dos campeonas: Venus y Serena. Cortesía de Movistar +

"Mi padre era un genio del marketing", lo describe su benjamina durante el metraje. "Sabía vender nuestra historia antes incluso de que tuviéramos algo que vender. Decía que yo era como un pitbull, que acabaría siendo mejor que Venus". Ella, un año menor, más bajita, más frágil, intentaba sobrevivir a los entrenamientos haciendo trampas para poder ganar a su hermana mayor de vez en cuando. De aquellas tardes nació una de las rivalidades más fascinantes de la historia del deporte y también una de las complicidades más inquebrantables.

"Odiaba enfrentarme a Venus", confiesa Serena. "Es mi mejor amiga. Quería que ganase y quería ganar. Era horrible, agotador. Es difícil vencer a la persona que creció contigo, con la que compartí sueños. De hecho, la mayor suerte en mi carrera fue ir detrás de ella, no sé si yo hubiera podido lidiar con la presión a los 16 años y la exposición en los medios que ella tuvo que afrontar".

Durante años, ambas se alternaron la gloria en las finales de Grand Slam, convertidas en espectáculo global. En 2001, el prime time estadounidense emitía un Venus vs. Serena en el US Open con Diana Ross como telonera. Ganó Venus. "Era lo adecuado", expone Serena. "Ella era el fenómeno. Yo era la otra". Pero aquella 'otra' se convertiría pronto en la más grande de todas. A base de fuerza, técnica y una determinación que rozaba la obsesión, Serena fue ascendiendo, reinventándose, sobreviviente en un circuito que no siempre la recibió con los brazos abiertos.

LOS INSULTOS RACISTAS EN INDIAN WELLS LA LLEVARON A BOICOTEAR AQUELLA PLAZA DURANTE 14 AÑOS

En Australia se metieron con su culo, la llegaron a llamar vaca en un periódico de Sidney. Y en 2001, durante la final del torneo de Indian Wells, fue abucheada y víctima de insultos racistas y misóginos por parte del público. Tenía 19 años. "Fue uno de los momentos más terribles de mi vida", comparte. "Pero también el que más me hizo crecer. Me di cuenta de que podía soportarlo todo".

Durante 14 años no volvió a pisar Indian Wells. Su regreso en 2015 fue una lección de perdón, inspirada en las palabras de Nelson Mandela. En 'In the Arena', ese episodio es una herida aún abierta, compartida con Venus y su hermana Isha, que rompe a llorar en cámara: "Me siento culpable por no haber estado allí para protegerlas".

La serie, sin embargo, no se detiene en los triunfos ni en los traumas, sino en la compleja humanidad de Serena Williams. Una mujer que, más allá del mito, ha sido hija, hermana, empresaria y madre. Que ha conocido la euforia, la depresión y la pérdida. Que se desmotivó en el tenis y en la vida con la muerte de su hermana Yetunde Price, asesinada a tiros en 2003.



Serena Williams regresó al tenis tras un parto que casi le cuesta la vida en 2017.

La pequeña de las Williams halló consuelo en un viaje con UNICEF a Ghana en 2006, en una campaña para combatir la malaria. Allí repartió mosquiteras y suplementos vitamínicos entre niños y niñas. Aquel viaje la transformó.

Desde entonces, Serena ha regresado varias veces al continente, con fines solidarios y personales. En Nigeria, Sudáfrica, Uganda, Zimbabue y Kenia ha impulsado la construcción de escuelas a través del Serena Williams Fund, convencida de que la educación es la forma más poderosa de romper el círculo de la desigualdad.

Pero en aquel primer viaje, frente a los puestos fortificados donde los esclavos aguardaban su viaje a Estados Unidos encontró el empuje para regresar a las pistas y sobrellevar la conmoción que le había provocado la pérdida de su hermana, con la que había pasado meses en el último año tras una operación de de rodilla: "Allí entendí que solo los más fuertes sobrevivían. Y que yo tenía que honrar a mis ancestros superándome".

Ese mismo espíritu la llevó a regresar al tenis tras un parto que casi le cuesta la vida en 2017. El documental muestra sus luchas internas, su relación con la maternidad y su empeño por demostrar que una mujer puede volver, reinventarse y ganar.

También hay espacio para el humor: el desastre de su debut en Canadá, donde perdió el vuelo por entretenerse en el aeropuerto para comerse un perrito caliente o las confesiones sobre su primer desamor, que convirtió en combustible competitivo. "Me hizo ghosting. Así que decidí que me vería en todas partes. No iba a olvidarme".



Serena Williams y Alexis Ohanian en la boda de Meghan Markle y el príncipe Harry en 2018.

En 'In the Arena', Serena también se reencuentra con la adolescente que aprendió a coser, soñó con diseñar ropa y acabó imponiendo su propio estilo en las pistas. Del catsuit negro de Roland Garros a los tutús en Nueva York, la moda fue su segunda arma, una declaración de identidad en un deporte que aún la miraba con prejuicios. "Era diferente: tenía músculos, expresaba mis emociones, era fuerte. A muchos no les gustaba eso".

el Periódico Extremadura

PAÍS: España
PÁGINAS: 34
AVE: 3333 €
ÁREA: 600 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 1516
OTS: 24000
SECCIÓN: CULTURA

18 Octubre, 2025



Cine

El documental 'Clasificado S: transgresión en la Transición' recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo se convirtió en una expresión de libertad. Antes de llenar estanterías con sus premios, directores como Isabel Coixet hicieron filmes de destape y de zombis.

Cuando el sexo dejó de ser un pecado

NANDO SALVÀ

Hace mucho tiempo, antes de llenar estanterías con sus premios Goya, de competir en festivales como los de Cannes y Berlín y de que sus películas fueran elegidas para representar a España en la carrera hacia el Oscar, Isabel Coixet hizo cine de destape, y de zombis, todo a la vez. A los 19 años, concretamente, la directora barcelonesa dio su primer paso en la industria escribiendo el guion de *Morbus (o bon profit)* (1983), una película de muertos vivientes, científicos locos y sectas satánicas salpimentada con humor, dosis generosas de desnudos y alguna escena de frotamientos grupales. La dirigió el también debutante Ignasi P. Ferré, y hoy se considera una de las películas más inclasificables e inverosímiles entre las alrededor de 400 que, entre 1977 y 1983, recibieron en España la S, categoría del nuevo sistema de calificación por edades aprobado por el Gobierno de Adolfo Suárez para agrupar todas aquellas películas especialmente explícitas en su contenido violento, sexual o político.

El objetivo era proteger la sensibilidad del espectador y, en concreto, calmar los ánimos de una parte del país que añoraba el franquismo y temía la supuesta amenaza que el fin de la censura representaba para la moral católica. Recién estrenado en España a través de Movistar+, el documental *Clasificado S: transgresión en la Transición* recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo dejó de ser un pecado para convertirse en una expresión de libertad.

Dirigida por Alberto Sedano y vehiculada tanto por la narración del músico Iggy Pop como por una sucesión de entrevistas con cineastas como Álex de la Iglesia o Gaspar Noé y de expertos como el historiador Luis E. Parés o el guionista Álex Mendíbil, la película recuerda que el embrión del cine S se desarrolló desde principios de los años 60, cuando la decisión del Gobierno franquista de invertir en una producción cinematográfica que fuera fácilmente exportable al extranjero permitió la aparición del género conocido como *fantaterror*, libidinoso y chorreante de sangre. Aunque altamente vigiladas por el régimen –algunas de ellas eran rodadas dos veces, con el fin de incluir desnudos en su versión destinada al mercado internacional–, muchas de aquellas producciones se sirvieron de él para atacar entre metáforas al aparato represor.



El cartel de la película 'No me toques el pito que me irrito'.

Entre ellas destacan varias de las dirigidas por Narciso Ibáñez Serrador, como *La residencia* (1969) y *¿Quién puede matar a un niño?* (1976), uno de los últimos títulos censurados en España. También películas de Eloy de la Iglesia, sin duda uno de los autores más radicales y rompedores de este país, que en *La semana del asesino* (1972) mostró la primera relación abiertamente homosexual del cine español y que ya en la Transición estrenó *El sacerdote* (1978), crítica despiadada a la Iglesia católica que incluía imágenes perturbadoras de desnudos infantiles y zoofilia.

Si en los primeros años posteriores a su aparición era considerada un estigma, desde el inicio de los 80 la S se convirtió en una etiqueta que atraía a un público que en buena medida entendía el consumo de ese cine como una forma de subversión. Las películas que la exhibían invadieron las carteleras con ímpetu, en buena medida gracias a sus dosis de sexo –gay o hetero, de vocación reivindicativa o diseñado para señores babosos– y sin duda ayudadas por la creatividad exhibida por sus responsables a la hora de ponerles títulos como *El fontanero, su mujer y otras cosas de meter* (1981), *No me toques el pito que me irrito* (1983) y por supuesto *Sueca bisexual necesita semental* (1981), sobre la que el documental destaca que hizo más dinero en taquilla que la ganadora del Oscar *Volver a empezar* (1981), de José Luis Garci, que se estrenó al mismo tiempo.

Entre 1977 y 1983, alrededor de 400 películas recibieron en España la clasificación S

'La semana del asesino' mostró la primera relación homosexual del cine español

El fin de una civilización

Entre los títulos a los que *Clasificado S* presta especial atención figuran rarezas como *Dimorfo* (1980), que se inspiró en el Pasolini de *Teorema* (1968) para mezclar nazismo y alusiones veladas a la identidad trans, o *Animales racionales* (1983), relectura del Génesis que hablaba del fin de una civilización y el inicio de una nueva en clara alusión a la Transición. Asimismo, destaca a tres directores especialmente prolíficos durante el periodo.

A un lado sitúa a Jesús Franco –ganador del Goya de Honor en 2009 y uno de los cineastas esenciales de la cinematografía española– y a José Ramón Larraz –autor de ficciones como *La visita del vicio* (1978), variación del mito Emmanuelle ambientada en el mundo del flamenco–, que habían ganado reconocimiento fuera de nuestro país durante la dictadura y regresaron tras el fin de la censura; en el otro coloca a Ignacio F. Iquino, que había florecido como director bajo el amparo del franquismo y que en la Transición se especializó en películas que explotaban el sexo con intención moralizante, como *Los violadores del amanecer* (1978). Él, obviamente, no fue el único; el documental menciona otras producciones de la época, entre ellas *Bacanal en directo* (1979) y *Más allá del terror* (1980), como ejemplos de un cine lleno de sexo o violencia y claramente reaccionario.

Asimismo, en él se señala *Poppers* (1984) como la más destacada de las últimas películas S. Dirigida por José María Castellví, usaba la historia de cinco millonarios que organizan una cacería humana para oponer simbólicamente la España de la dictadura de la España democrática; su reparto incluía al actor Alfredo Mayo, que en su día había combatido en la Guerra Civil en el bando nacional y protagonizado *Raza* (1941) para promocionar el régimen franquista.

Cuando *Poppers* llegó a los cines, ya había entrado en vigor la llamada *ley Miró* –impulsada por la cineasta Pilar Miró, por entonces directora general de Cinematografía–, que sustituía la clasificación S por la clasificación X para las películas de contenido pornográfico o extremadamente violentas; también instauraba un sistema de ayudas a la producción basado en criterios de calidad puramente subjetivos y diseñado para acabar con ese cine de sangre y tetas que no era visto como una carta de presentación adecuada para un país decidido a abrirse culturalmente al mundo. *Clasificado S* sostiene que, para pagar la respetabilidad que ganó con la nueva norma, el cine español perdió una forma de radicalidad y afán subversivo que nunca ha recuperado. ■

La Opinión de Cartagena

20 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 25
AVE: 1772 €
ÁREA: 600 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2141
OTS: 55000
SECCIÓN: OTRAS SECCIONES



Cine

El documental 'Clasificado S: transgresión en la Transición' recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo se convirtió en una expresión de libertad. Antes de llenar estanterías con sus premios, directores como Isabel Coixet hicieron filmes de destape y de zombis.

Cuando el sexo dejó de ser un pecado

NANDO SALVÀ



El cartel de la película 'No me toques el pito que me irrito'.

Hace mucho tiempo, antes de llenar estanterías con sus premios Goya, de competir en festivales como los de Cannes y Berlín y de que sus películas fueran elegidas para representar a España en la carrera hacia el Oscar, Isabel Coixet hizo cine de destape, y de zombis, todo a la vez. A los 19 años, concretamente, la directora barcelonesa dio su primer paso en la industria escribiendo el guion de *Morbus (o bon profit)* (1983), una película de muertos vivientes, científicos locos y sectas satánicas salpimentada con humor, dosis generosas de desnudos y alguna escena de frotamientos grupales. La dirigió el también debutante Ignasi P. Ferré, y hoy se considera una de las películas más inclasificables e inverosímiles entre las alrededor de 400 que, entre 1977 y 1983, recibieron en España la S, categoría del nuevo sistema de calificación por edades aprobado por el Gobierno de Adolfo Suárez para agrupar todas aquellas películas especialmente explícitas en su contenido violento, sexual o político.

El objetivo era proteger la sensibilidad del espectador y, en concreto, calmar los ánimos de una parte del país que añoraba el franquismo y temía la supuesta amenaza que el fin de la censura representaba para la moral católica. Recién estrenado en España a través de Movistar+, el documental *Clasificado S: transgresión en la Transición* recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo dejó de ser un pecado para convertirse en una expresión de libertad.

Dirigida por Alberto Sedano y vehiculada tanto por la narración del músico Iggy Pop como por una sucesión de entrevistas con cineastas como Álex de la Iglesia o Gaspar Noé y de expertos como el historiador Luis E. Parés o el guionista Álex Mendíbil, la película recuerda que el embrión del cine S se desarrolló desde principios de los años 60, cuando la decisión del Gobierno franquista de invertir en una producción cinematográfica que fuera fácilmente exportable al extranjero permitió la aparición del género conocido como *fantaterror*, libidinoso y chorreante de sangre. Aunque altamente vigiladas por el régimen –algunas de ellas eran rodadas dos veces, con el fin de incluir desnudos en su versión destinada al mercado internacional–, muchas de aquellas producciones se sirvieron de él para atacar entre metáforas al aparato represor.

Entre ellas destacan varias de las dirigidas por Narciso Ibáñez Serrador, como *La residencia* (1969) y *¿Quién puede matar a un niño?* (1976), uno de los últimos títulos censurados en España. También películas de Eloy de la Iglesia, sin duda uno de los autores más radicales y rompedores de este país, que en *La semana del asesino* (1972) mostró la primera relación abiertamente homosexual del cine español y que ya en la Transición estrenó *El sacerdote* (1978), crítica despiadada a la Iglesia católica que incluía imágenes perturbadoras de desnudos infantiles y zoofilia.

Si en los primeros años posteriores a su aparición era considerada un estigma, desde el inicio de los 80 la S se convirtió en una etiqueta que atraía a un público que en buena medida entendía el consumo de ese cine como una forma de subversión. Las películas que la exhibían invadieron las carteleras con ímpetu, en buena medida gracias a sus dosis de sexo –gay o hetero, de vocación reivindicativa o diseñado para señores babosos– y sin duda ayudadas por la creatividad exhibida por sus responsables a la hora de ponerles títulos como *El fontanero, su mujer y otras cosas de meter* (1981), *No me toques el pito que me irrito* (1983) y, por supuesto, *Sueca bisexual necesita semental* (1981), sobre la que el documental destaca que hizo más dinero en taquilla que la ganadora del Oscar *Volver a empezar* (1981), de José Luis Garci, que se estrenó al mismo tiempo.

Entre 1977 y 1983, alrededor de 400 películas recibieron en España la clasificación S

'La semana del asesino' mostró la primera relación homosexual del cine español

El fin de una civilización

Entre los títulos a los que *Clasificado S* presta especial atención figuran rarezas como *Dimorfo* (1980), que se inspiró en el Pasolini de *Teorema* (1968) para mezclar nazismo y alusiones veladas a la identidad trans, o *Animales racionales* (1983), relectura del Génesis que hablaba del fin de una civilización y el inicio de una nueva en clara alusión a la Transición. Asimismo, destaca a tres directores especialmente prolíficos durante el periodo.

A un lado sitúa a Jesús Franco –ganador del Goya de Honor en 2009 y uno de los cineastas esenciales de la cinematografía española– y a José Ramón Larraz –autor de ficciones como *La visita del vicio* (1978), variación del mito Emmanuelle ambientada en el mundo del flamenco–, que habían ganado reconocimiento fuera de nuestro país durante la dictadura y regresaron tras el fin de la censura; en el otro coloca a Ignacio F. Iquino, que había florecido como director bajo el amparo del franquismo y que en la Transición se especializó en películas que explotaban el sexo con intención moralizante, como *Los violadores del amanecer* (1978). Él, obviamente, no fue el único; el documental menciona otras producciones de la época, entre ellas *Bacanal en directo* (1979) y *Más allá del terror* (1980), como ejemplos de un cine lleno de sexo o violencia y claramente reaccionario.

Asimismo, en él se señala *Poppers* (1984) como la más destacada de las últimas películas S. Dirigida por José María Castellví, usaba la historia de cinco millonarios que organizan una cacería humana para oponer simbólicamente la España de la dictadura a la España democrática; su reparto incluía al actor Alfredo Mayo, que en su día había combatido en la Guerra Civil en el bando nacional y protagonizado *Raza* (1941) para promocionar el régimen franquista.

Cuando *Poppers* llegó a los cines, ya había entrado en vigor la llamada *ley Miró* –impulsada por la cineasta Pilar Miró, por entonces directora general de Cinematografía–, que sustituía la clasificación S por la clasificación X para las películas de contenido pornográfico o extremadamente violentas; también instauraba un sistema de ayudas a la producción basado en criterios de calidad puramente subjetivos y diseñado para acabar con ese cine de sangre y tetas que no era visto como una carta de presentación adecuada para un país decidido a abrirse culturalmente al mundo. *Clasificado S* sostiene que, para pagar la respetabilidad que ganó con la nueva norma, el cine español perdió una forma de radicalidad y afán subversivo que nunca ha recuperado. ■

La Opinión de Málaga

PAÍS: España
PÁGINAS: 23
AVE: 3851 €
ÁREA: 600 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 594
OTS: 17000
SECCIÓN: CULTURA

20 Octubre, 2025



Cine

El documental 'Clasificado S: transgresión en la Transición' recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo se convirtió en una expresión de libertad. Antes de llenar estanterías con sus premios, directores como Isabel Coixet hicieron filmes de destape y de zombis.

Cuando el sexo dejó de ser un pecado

NANDO SALVÀ

Hace mucho tiempo, antes de llenar estanterías con sus premios Goya, de competir en festivales como los de Cannes y Berlín y de que sus películas fueran elegidas para representar a España en la carrera hacia el Oscar, Isabel Coixet hizo cine de destape, y de zombis, todo a la vez. A los 19 años, concretamente, la directora barcelonesa dio su primer paso en la industria escribiendo el guion de *Morbus (o bon profit)* (1983), una película de muertos vivientes, científicos locos y sectas satánicas salpimentada con humor, dosis generosas de desnudos y alguna escena de frotamientos grupales. La dirigió el también debutante Ignasi P. Ferré, y hoy se considera una de las películas más inclasificables e inverosímiles entre las alrededor de 400 que, entre 1977 y 1983, recibieron en España la S, categoría del nuevo sistema de calificación por edades aprobado por el Gobierno de Adolfo Suárez para agrupar todas aquellas películas especialmente explícitas en su contenido violento, sexual o político.

El objetivo era proteger la sensibilidad del espectador y, en concreto, calmar los ánimos de una parte del país que añoraba el franquismo y temía la supuesta amenaza que el fin de la censura representaba para la moral católica. Recién estrenado en España a través de Movistar+, el documental *Clasificado S: transgresión en la Transición* recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo dejó de ser un pecado para convertirse en una expresión de libertad.

Dirigida por Alberto Sedano y vehiculada tanto por la narración del músico Iggy Pop como por una sucesión de entrevistas con cineastas como Álex de la Iglesia o Gaspar Noé y de expertos como el historiador Luis E. Parés o el guionista Álex Mendíbil, la película recuerda que el embrión del cine S se desarrolló desde principios de los años 60, cuando la decisión del Gobierno franquista de invertir en una producción cinematográfica que fuera fácilmente exportable al extranjero permitió la aparición del género conocido como *fantaterror*, libidinoso y chorreante de sangre. Aunque altamente vigiladas por el régimen –algunas de ellas eran rodadas dos veces, con el fin de incluir desnudos en su versión destinada al mercado internacional–, muchas de aquellas producciones se sirvieron de él para atacar entre metáforas al aparato represor.



El cartel de la película 'No me toques el pito que me irrito'.

Entre ellas destacan varias de las dirigidas por Narciso Ibáñez Serrador, como *La residencia* (1969) y *¿Quién puede matar a un niño?* (1976), uno de los últimos títulos censurados en España. También películas de Eloy de la Iglesia, sin duda uno de los autores más radicales y rompedores de este país, que en *La semana del asesino* (1972) mostró la primera relación abiertamente homosexual del cine español y que ya en la Transición estrenó *El sacerdote* (1978), crítica despiadada a la Iglesia católica que incluía imágenes perturbadoras de desnudos infantiles y zoofilia.

Si en los primeros años posteriores a su aparición era considerada un estigma, desde el inicio de los 80 la S se convirtió en una etiqueta que atraía a un público que en buena medida entendía el consumo de ese cine como una forma de subversión. Las películas que la exhibían invadieron las carteleras con ímpetu, en buena medida gracias a sus dosis de sexo –gay o hetero, de vocación reivindicativa o diseñado para señores babosos– y sin duda ayudadas por la creatividad exhibida por sus responsables a la hora de ponerles títulos como *El fontanero, su mujer y otras cosas de meter* (1981), *No me toques el pito que me irrito* (1983) y por supuesto *Sueca bisexual necesita semental* (1981), sobre la que el documental destaca que hizo más dinero en taquilla que la ganadora del Oscar *Volver a empezar* (1981), de José Luis Garci, que se estrenó al mismo tiempo.

Entre 1977 y 1983, alrededor de 400 películas recibieron en España la clasificación S

'La semana del asesino' mostró la primera relación homosexual del cine español

El fin de una civilización

Entre los títulos a los que *Clasificado S* presta especial atención figuran rarezas como *Dimorfo* (1980), que se inspiró en el Pasolini de *Teorema* (1968) para mezclar nazismo y alusiones veladas a la identidad trans, o *Animales racionales* (1983), relectura del Génesis que hablaba del fin de una civilización y el inicio de una nueva en clara alusión a la Transición. Asimismo, destaca a tres directores especialmente prolíficos durante el periodo.

A un lado sitúa a Jesús Franco –ganador del Goya de Honor en 2009 y uno de los cineastas esenciales de la cinematografía española– y a José Ramón Larraz –autor de ficciones como *La visita del vicio* (1978), variación del mito Emmanuelle ambientada en el mundo del flamenco–, que habían ganado reconocimiento fuera de nuestro país durante la dictadura y regresaron tras el fin de la censura; en el otro coloca a Ignacio F. Iquino, que había florecido como director bajo el amparo del franquismo y que en la Transición se especializó en películas que explotaban el sexo con intención moralizante, como *Los violadores del amanecer* (1978). Él, obviamente, no fue el único; el documental menciona otras producciones de la época, entre ellas *Bacanal en directo* (1979) y *Más allá del terror* (1980), como ejemplos de un cine lleno de sexo o violencia y claramente reaccionario.

Asimismo, en él se señala *Poppers* (1984) como la más destacada de las últimas películas S. Dirigida por José María Castellví, usaba la historia de cinco millonarios que organizan una cacería humana para oponer simbólicamente la España de la dictadura de la España democrática; su reparto incluía al actor Alfredo Mayo, que en su día había combatido en la Guerra Civil en el bando nacional y protagonizado *Raza* (1941) para promocionar el régimen franquista.

Cuando *Poppers* llegó a los cines, ya había entrado en vigor la llamada *ley Miró* –impulsada por la cineasta Pilar Miró, por entonces directora general de Cinematografía–, que sustituía la clasificación S por la clasificación X para las películas de contenido pornográfico o extremadamente violentas; también instauraba un sistema de ayudas a la producción basado en criterios de calidad puramente subjetivos y diseñado para acabar con ese cine de sangre y tetas que no era visto como una carta de presentación adecuada para un país decidido a abrirse culturalmente al mundo. *Clasificado S* sostiene que, para pagar la respetabilidad que ganó con la nueva norma, el cine español perdió una forma de radicalidad y afán subversivo que nunca ha recuperado. ■

La Opinión

PAÍS: España
PÁGINAS: 25
AVE: 1772 €
ÁREA: 600 CM² - 75%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2141
OTS: 29000
SECCIÓN: CULTURA

20 Octubre, 2025



Cine

El documental 'Clasificado S: transgresión en la Transición' recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo se convirtió en una expresión de libertad. Antes de llenar estanterías con sus premios, directores como Isabel Coixet hicieron filmes de destape y de zombis.

Cuando el sexo dejó de ser un pecado

NANDO SALVÀ

Hace mucho tiempo, antes de llenar estanterías con sus premios Goya, de competir en festivales como los de Cannes y Berlín y de que sus películas fueran elegidas para representar a España en la carrera hacia el Oscar, Isabel Coixet hizo cine de destape, y de zombis, todo a la vez. A los 19 años, concretamente, la directora barcelonesa dio su primer paso en la industria escribiendo el guion de *Morbus (o bon profit)* (1983), una película de muertos vivientes, científicos locos y sectas satánicas salpimentada con humor, dosis generosas de desnudos y alguna escena de frotamientos grupales. La dirigió el también debutante Ignasi P. Ferré, y hoy se considera una de las películas más inclasificables e inverosímiles entre las alrededor de 400 que, entre 1977 y 1983, recibieron en España la S, categoría del nuevo sistema de calificación por edades aprobado por el Gobierno de Adolfo Suárez para agrupar todas aquellas películas especialmente explícitas en su contenido violento, sexual o político.

El objetivo era proteger la sensibilidad del espectador y, en concreto, calmar los ánimos de una parte del país que añoraba el franquismo y temía la supuesta amenaza que el fin de la censura representaba para la moral católica. Recién estrenado en España a través de Movistar+, el documental *Clasificado S: transgresión en la Transición* recuerda un periodo en el que, bajo ese paraguas, las salas de cine españolas se llenaron de desmembramientos y decapitaciones, y en el que la representación del sexo dejó de ser un pecado para convertirse en una expresión de libertad.

Dirigida por Alberto Sedano y vehiculada tanto por la narración del músico Iggy Pop como por una sucesión de entrevistas con cineastas como Álex de la Iglesia o Gaspar Noé y de expertos como el historiador Luis E. Parés o el guionista Álex Mendíbil, la película recuerda que el embrión del cine S se desarrolló desde principios de los años 60, cuando la decisión del Gobierno franquista de invertir en una producción cinematográfica que fuera fácilmente exportable al extranjero permitió la aparición del género conocido como *fantaterror*, libidinoso y chorreante de sangre. Aunque altamente vigiladas por el régimen –algunas de ellas eran rodadas dos veces, con el fin de incluir desnudos en su versión destinada al mercado internacional–, muchas de aquellas producciones se sirvieron de él para atacar entre metáforas al aparato represor.



El cartel de la película 'No me toques el pito que me irrito'.

Entre ellas destacan varias de las dirigidas por Narciso Ibáñez Serrador, como *La residencia* (1969) y *¿Quién puede matar a un niño?* (1976), uno de los últimos títulos censurados en España. También películas de Eloy de la Iglesia, sin duda uno de los autores más radicales y rompedores de este país, que en *La semana del asesino* (1972) mostró la primera relación abiertamente homosexual del cine español y que ya en la Transición estrenó *El sacerdote* (1978), crítica despiadada a la Iglesia católica que incluía imágenes perturbadoras de desnudos infantiles y zoofilia.

Si en los primeros años posteriores a su aparición era considerada un estigma, desde el inicio de los 80 la S se convirtió en una etiqueta que atraía a un público que en buena medida entendía el consumo de ese cine como una forma de subversión. Las películas que la exhibían invadieron las carteleras con ímpetu, en buena medida gracias a sus dosis de sexo –gay o hetero, de vocación reivindicativa o diseñado para señores babosos– y sin duda ayudadas por la creatividad exhibida por sus responsables a la hora de ponerles títulos como *El fontanero, su mujer y otras cosas de meter* (1981), *No me toques el pito que me irrito* (1983) y, por supuesto, *Sueca bisexual necesita semental* (1981), sobre la que el documental destaca que hizo más dinero en taquilla que la ganadora del Oscar *Volver a empezar* (1981), de José Luis Garci, que se estrenó al mismo tiempo.

Entre 1977 y 1983, alrededor de 400 películas recibieron en España la clasificación S

'La semana del asesino' mostró la primera relación homosexual del cine español

El fin de una civilización

Entre los títulos a los que *Clasificado S* presta especial atención figuran rarezas como *Dimorfo* (1980), que se inspiró en el Pasolini de *Teorema* (1968) para mezclar nazismo y alusiones veladas a la identidad trans, o *Animales racionales* (1983), relectura del Génesis que hablaba del fin de una civilización y el inicio de una nueva en clara alusión a la Transición. Asimismo, destaca a tres directores especialmente prolíficos durante el periodo.

A un lado sitúa a Jesús Franco –ganador del Goya de Honor en 2009 y uno de los cineastas esenciales de la cinematografía española– y a José Ramón Larraz –autor de ficciones como *La visita del vicio* (1978), variación del mito Emmanuelle ambientada en el mundo del flamenco–, que habían ganado reconocimiento fuera de nuestro país durante la dictadura y regresaron tras el fin de la censura; en el otro coloca a Ignacio F. Iquino, que había florecido como director bajo el amparo del franquismo y que en la Transición se especializó en películas que explotaban el sexo con intención moralizante, como *Los violadores del amanecer* (1978). Él, obviamente, no fue el único; el documental menciona otras producciones de la época, entre ellas *Bacanal en directo* (1979) y *Más allá del terror* (1980), como ejemplos de un cine lleno de sexo o violencia y claramente reaccionario.

Asimismo, en él se señala *Poppers* (1984) como la más destacada de las últimas películas S. Dirigida por José María Castellví, usaba la historia de cinco millonarios que organizan una cacería humana para oponer simbólicamente la España de la dictadura a la España democrática; su reparto incluía al actor Alfredo Mayo, que en su día había combatido en la Guerra Civil en el bando nacional y protagonizado *Raza* (1941) para promocionar el régimen franquista.

Cuando *Poppers* llegó a los cines, ya había entrado en vigor la llamada *ley Miró* –impulsada por la cineasta Pilar Miró, por entonces directora general de Cinematografía–, que sustituía la clasificación S por la clasificación X para las películas de contenido pornográfico o extremadamente violentas; también instauraba un sistema de ayudas a la producción basado en criterios de calidad puramente subjetivos y diseñado para acabar con ese cine de sangre y tetas que no era visto como una carta de presentación adecuada para un país decidido a abrirse culturalmente al mundo. *Clasificado S* sostiene que, para pagar la respetabilidad que ganó con la nueva norma, el cine español perdió una forma de radicalidad y afán subversivo que nunca ha recuperado. ■