RESUMEN DE MEDIOS **MARTES, 21 DE OCTUBRE DE 2025**

TELEFÓNICA

Marc Murtra ultima el Plan estratégico de Telefónica: "Queremos liderar la disrupción tecnológica que viene" (La Vanguardia, EFE)

Telefónica evalúa la compra del operador alemán 1&1 (Expansión, Cinco Días)

Plan estratégico a la vista. El dilema de Murtra: ¿comprar en España (Vodafone), en Alemania (1&1) o las dos? (El Confidencial)

LUCHA CONTRA LA PIRATERÍA

El BNG exigirá en el Congreso evitar "bloqueos indiscriminados" de páginas web por parte de LaLiga y Movistar (Europa Press)

AUDIOVISUAL ESPAÑA

El inversor chino elige a Sergio Oslé presidente de Mediapro y releva al fundador Tatxo Benet (El Confidencial)

Cultura selecciona cintas de Almodóvar, Coixet o Los Javis en su línea de ayudas a la producción dotada con 26 millones (Europa Press)

El Anuario SGAE 2025 certifica una nueva caída del cine y la televisión en 2024 (Kinótico, Panorama Audiovisual, Cine y Tele)

De 'Animal' a 'Poquita fe': Por qué la comedia está salvando a las series españolas en 2025 (Fotogramas)

Javier de la Chica, de Contanimation: «La IA nos lleva hacia una industria de la animación más creativa, pero quizás menos rentable» (Audiovisual 451)

Madrid superó en 10 meses la cifra de rodajes de todo 2024 (Cveintiuno)

RTVE se suma a la ola del *streaming* en directo de la mano de El Terrat (Cveintiuno)

DEPORTE Y TV

El partido de Miami convierte el fútbol español en un volcán (EL PAÍS)

LaLiga avisa a los capitanes que "cuantificará los daños" de la protesta (AS)

DAZN entra en la guerra de precios por el fútbol: rebaja a la mitad su plan para ver LaLiga (Xataka)

DAZN presenta a su equipo para la NBA y el calendario de partidos de octubre y noviembre (DAZN)

Grup Mediapro también producirá para Prime Video la señal en español de la NBA en Latinoamérica (2Playbook)

Las audiencias del baloncesto, fuera de radar: el Unicaja-Barcelona no estuvo entre los 20 programas más vistos entre las cadenas temáticas de pago (SUR)

La NBA se une a un grupo de canales deportivos para ayudar a los aficionados a encontrar los partidos que quieren ver en *streaming* (Vaiety)

NBC, en busca de un gran repunte en la NBA, necesita potenciar los partidos que antes estaban reservados para el cable (Variety)

El nuevo acuerdo televisivo de la NBA se pone en marcha ¿Dónde veré mis partidos? (Los Angeles Times)

La RFEF valora en 5 millones los derechos de TV de la final de Copa en el extranjero (2Playbook)

Ligue 1 se acerca a Canal+ con un contrato de TV con su filial del África subsahariana (2Playbook)

LA ÚLTIMA LLAMADA

"La última palabra de los expresidentes" (Rafael Moyano en El Mundo)

"Jugar en Primera" (Ramón Palomar en ABC)

"El teléfono de González, Aznar, Zapatero y Rajoy" (Mònica Planas en Ara)

Recopilación de destacados sobre las entrevistas de "La última llamada" (VARIOS)

El Círculo de las Artes de Lugo, set para la serie sobre los últimos 4 expresidentes (El Progreso, Diario de Pontevedra)

CINE ORIGINAL

LOS DOMINGOS

Alauda Ruiz de Azúa: "Como directora quieres tener la sensación de que, lo que estás viendo, lo ves por primera vez" (Kinótico)

Alauda Ruiz de Azúa: "lo que viven las personas que experimentan procesos de discernimiento vocacional es absolutamente real y muy poderoso" (Religión Digital)

Patricia López Arnaiz, actriz: "Una de las máximas que tengo como actriz es no juzgar nunca a los personajes. Es necesario creer en su modo de pensar" (VOGUE)

¿Monja de clausura a los 17? Ruiz de Azúa indaga en la llamada de Dios: "Ellas lo viven como un primer amor" (InfoLibre)

«Los domingos», ¿por qué fascina? La pureza y el misterio de Dios, que llama tras lo gris cotidiano (Pablo J. Ginés en Religión en Libertad)

"Los domingos": Ruiz de Azúa construye una historia trascendente, que da mucho que hablar y que la posiciona entre lo mejor del cine español actual (Sofía López en Fila Siete)

Crítica: "Los domingos", fe que destruye a la familia (Santiafo Echeverría en Noticine.com)

FICCIÓN ORIGINAL

De 'Animal' a 'Poquita fe': Por qué la comedia está salvando a las series españolas en 2025 (Fotogramas)

ANATOMÍA DE UN INSTANTE

¿Existen hoy los héroes de la traición? (Javier Cercas en EL PAÍS)

INFORME+: CICATRICES

¿Y tú qué miras? Con Álvaro Benito y Carlos Martínez: "Veía al primer equipo del Real Madrid como algo inalcanzable" (Huffington Post)

ELLAS EN LA CIUDAD

Un homenaje pendiente (Sara Muñoz Navarro en El Punt Avui)

AUDIOVISUAL INTERNACIONAL

El final de "Stranger Things" se proyectará en cines en Nochevieja, el mismo día que se estrena en Netflix (Matthew Belloni en Puck)

Avance de resultados de Netflix: Wall Street se muestra optimista a pesar de las dudas sobre la amenaza de la IA (The Hollywood Reporter)

Apple TV se prepara para competir en el *streaming*: cambio de imagen, acuerdo con NBCUniversal y Fórmula 1 para dejar huella en Hollywood (The Hollywood Reporter)

Las tasas de cancelación de Disney+ y Hulu se duplicaron tras la suspensión de Jimmy Kimmel y el aumento de precios, pero también crecieron las suscripciones (Variety)

Paramount quiere competir con Amazon y Google por los dólares de la publicidad digital, pero primero debe organizar du departamento de ventas (Variety)

Los recortes en Paramount se producirán antes de lo previsto: empezarán el 27 de octubre (Deadline)

El inminente lanzamiento del servicio de *streaming* de CNN plantea algunas preguntas ¿Alguien realmente quiere esto? ¿Y es demasiado poco y demasiado tarde? (Puck)

¿Son los *influencers* demasiado importantes? Con millones en contratos y legiones de seguidores, no todos quieren soportar las humillaciones de la industria (The Hollywood Reporter)

Los creadores de contenido han revolucionado Hollywood. Ahora la IA llega para revolucionarlos a ellos (The Hollywood Reporter)

Alemania pone en marcha fondo de 7 millones de euros para ayudar a las salas de cine que programen cine local, europeo y de autor (ScreenDaily)

MOVISTAR PLUS+

Sor Lucía Caram da voz a las víctimas de Ucrania en un documental (Radio Estel)

El documental "Ucrania, resistencia y esperanza" muestra el trabajo humanitario de Sor Lucía Caram a favor de aquel país (Catalunya Cristiana)

‘Rivales’, con Zendaya, llega a Movistar Plus+ (VARIOS)

«Doñana», el retrato de una tierra salvaje, estreno en Movistar Plus+ (Mundoplus.tv)

Movistar Plus+ estrena Serena Williams, el documental definitivo sobre la leyenda del tenis (Mundiario)

Movistar Plus+ estrena en exclusiva «Informe Plus+: Maestro Obradovic» (Mundoplus.tv)

“Profesor T”: una mente brillante atrapada en s propio laberinto (El Periódico)

Cumple 70 años esta emblemática película protagonizada por Lucía Bosé, y disponible en Movistar Plus+ (El Confidencial)

"Apasionante": Una de las películas más aclamadas e impactantes del siglo XXI ya está disponible en Prime Video y Movistar Plus+ (Fotogramas)

La aclamada serie de Movistar Plus+ que ha encandilado a la audiencia: 'thriller' de acción con José Coronado (Mundo Deportivo)

Si estás enganchado a ‘Poquita fe’ tienes que ver sí o sí ‘Vergüenza’ en Movistar: para no parar de reír (OK Diario)

LA VANGUARDIA

IEF

Marc Murtra (Telefónica): "Queremos liderar la disrupción tecnológica que viene"

El presidente de la firma última el nuevo plan estratégico



Marc Murtra, presidente de Telefónica

Luis Federico Florio 20/10/2025 13:35 Actualizado a 20/10/2025 16:03

El presidente de Telefónica, Marc Murtra, ha planteado que Telefónica sea líder en la "disrupción tecnológica" que anticipa para la próxima década en el sector.

Se prevé que Murtra plasme la búsqueda de protagonismo en el nuevo plan estratégico de Telefónica, el próximo 4 de noviembre. En él se espera que trace la nueva senda de crecimiento del grupo, focalizándose en sus mercados principales y con la idea de simplificar la empresa. También se explorará la apuesta por sectores como la defensa o la ciberseguridad. Murtra ha puesto hoy su atención en los grandes mercados, como España, Alemania o Reino Unido.

"Creemos que va a haber una disrupción en el mercado de las telecomunicaciones", ha reiterado. "Queremos liderarla", lo que pasa por tener un plan, un equipo y una ejecución clara. Por ejemplo, en una revolución como la inteligencia artificial, apunta que se sabe hacia dónde se va, pero la velocidad con la que ocurre es más complicada de determinar, ha señalado en el marco del XXVIII Congreso Nacional de la Empresa Familiar, organizado por el Instituto de la Empresa Familiar (IEF).

El directivo ha planteado que este objetivo se tiene que trabajar a conciencia. España tiene tres puntos que se deben coordinar para ganar poder. El primero, la necesidad de talento cualificado. En Europa faltarán entre 3 o 5 millones de ingenieros en diez años, ha mencionado. Luego, saber explotar los nichos tecnológicos en los que se opera, donde Telefónica puede jugar un rol. Por último, ha mencionado que el mercado está por desarrollar, por lo que brinda más oportunidades. "España puede ocupar un espacio importante en la revolución tecnológica que vamos a ver en cinco o diez años", ha lanzado.

Una brecha pendiente de cerrar

Como en ocasiones anteriores, Murtra ha dicho que Europa necesita una menor regulación en telecomunicaciones. "La regulación es muy importante, pero hay exceso y es asimétrica. Las empresas europeas estamos sujetas una regulación para operar en Europa que no tienen las americanas o chinas", ha criticado. A su parecer, Europa ha perdido el tren del desarrollo de las tecnologías de los últimos veinte años. "Se han desarrollado en EE.UU. y China", ha apuntado. Pero no cree que sea tarde si se corrige el rumbo. Aquí ha planteado utilizar las firmas de telecomunicaciones de palanca, dándoles más libertad. Las firmas europeas invierten 700 millones de dólares cada una, por los 20.000 millones de las estadounidenses. "No hay casi ninguna gran empresa tecnológica europea, pero podemos hacer que todo cambie en diez años", ha expuesto.

Dentro de su giro estratégico, los últimos meses Telefónica ha ido desprendiéndose de filiales latinoamericanas -Argentina, Perú, Colombia, Uruguay...- y ha abogado por una mayor concentración en el mercado europeo. La deuda, que a mitad de año ascendía a 27.610 millones de euros en términos financieros netos, es otro de los grandes puntos a atacar en el plan estratégico.

Telefónica prevé en su plan estratégico liderar la fuerte disrupción que espera en Europa

Telefónica ha desvelado que su nuevo plan estratégico tendrá la vista puesta en liderar el proceso disruptivo que se espera en Europa, que será «muy fuerte» y que se producirá en un contexto en el que se vive un «momento sputnik» (de punto de inflexión) en materia tecnológica.

El presidente de Telefónica, Marc Murtra, que ha participado este lunes en el XXVIII Congreso Nacional de la Empresa Familiar, se ha referido al plan estratégico que la compañía presentará el 4 de noviembre al mercado, en el marco del día del inversor y coincidiendo con la presentación de resultados de enero a septiembre de 2025.

En su opinión, se ve que va a haber una disrupción en el mercado de las telecomunicaciones en Europa, que es «difícil» predecir cuándo se va a producir porque depende de «muchos actores», pero que se espera que ocurrirá en un contexto en el que Europa va por detrás de EE. UU. y China en materia tecnológica.

La multinacional española de las telecomunicaciones se plantea en su nuevo plan estratégico liderar esa disrupción en el Viejo Continente, donde se ubican tres de sus cuatro mercados principales (España, Alemania y Reino Unido).

Para ello, ha preparado un nuevo marco estratégico, en el que la multinacional entienda dónde se está y hacia dónde se quiere ir, todo ello con un equipo para ejecutar el plan y un seguimiento «muy claro» del mismo.

Europa y el 'momento Sputnik', según Marc Murtra, presidente de Telefónica

Europa, según lo ha calificado, está «viendo un momento Sputnik» (punto de inflexión), en el que ha perdido el desarrollo de las nuevas tecnologías en los últimos 15 y 20 años, pero donde «no todo está escrito» y se puede hacer que esta situación cambie.

En el Viejo Continente hay 38 empresas de telecomunicaciones, que invierten unos 700 millones de euros cada una, mientras que en Estados Unidos hay 3 que invierten 20.000 millones.

Considera que Telefónica, que está entre las «tres o cuatro» empresas de telecomunicaciones más importantes de Europa, puede ayudar a este cambio.

Cree que España puede jugar un papel claro, porque tendrá ingenieros y personal cualificado, un recurso escaso en Europa. En su opinión es un país serio y ordenado «más allás de los tópicos» y es un mercado aún por desarrollar.

Murtra ha vuelto a incidir en la necesidad de un cambio del marco regulatorio y que sea simétrico para las empresas españolas y las que operan en el país que proceden de otros lugares del mundo.

EMPRESAS

Telefónica quiere comprar su rival alemán 1&1 valorado en 3.900 millones

'TELECOS'/ Las dos operadoras consideran una mayor colaboración, aunque la empresa española está interesada en tomar el control de su rival. Las conversaciones están en una etapa muy preliminar.

Ignacio del Castillo. Madrid

Telefónica quiere adquirir, en una perspectiva de largo plazo, el operador de *telecos* alemán 1&1, el cuarto operador del sector. Telefónica Deutschland (filial del grupo español que usa la marca O2) y 1&1 negocian actualmente una cooperación, pero el interés de la compañía española de telecomunicaciones es la adquisición a largo plazo. Las negociaciones se encuentran en un estadio inicial por lo que podrían fracasar, según publicó ayer *Handelsblatt*, el principal diario económico alemán.

La noticia disparó la cotización de 1&1 y de su matriz United Internet. 1&1 subió un 12,1%, mientras que United Internet elevó su cotización un 8,5%.



Marc Murtra, presidente de Telefónica, ayer durante el Congreso de la Empresa Familiar.

1&1 lleva varios años construyendo su propia red de telefonía móvil, pero el proceso es lento y caro debido a los tortuosos trámites administrativos necesarios por la garantista regulación alemana. En junio de 2025 contaba con 1.200 antenas frente a las 28.000 que tiene O2. Para la consultora New Street Research, 1&1 podría llegar en 2031 a contar con una red de 12.500 torres, pero eso sólo le permitiría ahorrar la mitad de los costes de alquiler de red que ahora paga y construir una red completa no es rentable. Durante años, 1&1 alquiló la red de Telefónica Deutschland, pero en el verano de 2023 rompió el acuerdo y cerró un pacto de *roaming* (alquiler de la red) con la filial germana de la británica Vodafone, que le ofreció precios mucho más bajos que los que le cobraba la filial de la española.

La pérdida de ese contrato fue un duro golpe para O2, que sufrió una caída del 17% en Bolsa y provocó un recorte del 7% en el grupo. La cotización de O2 no se recuperó, lo que llevó a Telefónica a lanzar una opa y sacarla de Bolsa.

El pasado 7 de octubre, Telefónica Deutschland comunicó que no prolongará el contrato de su consejero delegado, Markus Haas, y que ha iniciado el proceso para buscar un sucesor. La salida de Haas se ha interpretado como un guiño a los responsables de 1&1 para facilitar la negociación, ya que, al parecer, a raíz de la ruptura del contrato en agosto de 2023, las relaciones personales entre el CEO de Telefónica Deutschland y Ralph Dommermuth, el fundador y principal accionista de 1&1, no eran buenas.

Objetivo obvio

1&1 es uno de los posibles y más lógicos objetivos de consolidación que tendría Telefónica en los países en los que está presente, junto con la posibilidad de comprar Vodafone España. 1&1 es un actor importante en el negocio tanto de las *telecos* fijas como de las móviles en Alemania. De hecho, en el segmento de banda ancha fija tiene mayor cuota de mercado que la propia Telefónica, ocupando el tercer lugar en el ránking, detrás de Deutsche Telekom, que tiene el 40% de los clientes (15,1 millones de líneas), y de Vodafone, que con 10,1 millones de usuarios dispone de un 27%. 1&1 ha acumulado 3,9 millones de clientes, el 10% del total, mientras que Telefónica, con 2,4 millones de clientes, dispone del 6%. En el segmento móvil, sin embargo, 1&1 es el cuarto operador, con una cuota del 11%, por debajo de Telekom (31% de las líneas), Telefónica (30%) y Vodafone (29%).

La Llave / Página 2

REGULACIÓN

Marc Murtra, el presidente de Telefónica, denunció ayer, en su intervención en el Congreso de la Empresa Familiar, el exceso de regulación en Europa y **que ésta sea asimétrica** respecto a los gigantes digitales de Estados Unidos.

La cotización de 1&1 se disparó ayer un 12,1% y llegó a 3.900 millones de capitalización

Fiebre inversora en centros de 'data center'

El consumo desaforado de datos a nivel mundial y la irrupción de la inteligencia artificial sacuden el negocio de los *data center* y ponen de relieve la necesidad de contar con infraestructuras sólidas que soporten la expansión global de servicios digitales en los próximos años. Los cinco mayores mercados en Europa de centros de datos –Fráncfort, Londres, Ámsterdam, París y Dublín (denominados FLAP-D)– están sufriendo las consecuencias de la escasez de energía y suelo, lo que genera oportunidades para otros países europeos. El potencial energético de España, su posición estratégica y el desembarco de cables submarinos de fibra óptica colocan al país en una situación privilegiada para posicionarse como destino emergente y aprovechar el potencial futuro de este negocio. De acuerdo con los datos de un informe de CBRE, el mercado ibérico cuenta actualmente con más de 1.000 MW de potencia, incluyendo capacidad instalada y los proyectos en construcción, y se espera que en una década se alcancen los 8.000 MW. En la actualidad, España figura en el *top 10* europeo de países por número de centros de datos, con más de 140, con Madrid y Barcelona como plazas más desarrolladas. Regiones como Aragón, Extremadura o Cantabria se posicionan también como destinos en auge gracias a los proyectos en marcha de grandes tecnológicas y a los planes multimillonarios anunciados en los últimos meses en colaboración con los gobiernos autonómicos para poner en marcha desarrollos a gran escala. Entre los jugadores que están llamados a impulsar este negocio en España figuran tecnológicas como Amazon, Microsoft o Google; constructoras e inmobiliarias como ACS, Merlin o Azora; eléctricas como Iberdrola; y grandes fondos, como Blackstone o Stoneshield, entre otros. Pese a que el potencial de crecimiento es enorme, también lo son los desafíos que acompañan al sector, siendo la energía y la regulación los elementos clave para desbloquear el crecimiento de este sector en España.

Un agujero renovable de 2.000 millones

La retirada retroactiva de las subvenciones a los proyectos de energías renovables lleva camino de costarle muy cara a España. El fondo británico Eiser ha ganado un nuevo arbitraje que condena al país a pagar una indemnización de 262 millones de euros, elevando el importe total de la factura renovable a la que deberá hacer frente España por encima de los 2.150 millones de euros. La resolución del Centro Internacional de Arreglos de Diferencias relativas a Inversiones (Ciadi), el organismo de arbitraje del Banco Mundial, es contundente y supone duplicar la compensación concedida al inversor en primera instancia. Hace más de diez años que empezaron a presentarse las primeras demandas de arbitraje ligadas a estos proyectos renovables y, desde entonces, la estrategia de la Abogacía del Estado se ha basado en continuar litigando para alargar los procedimientos. Sin embargo, 29 laudos ya han sido resueltos otorgando daños a los denunciantes, y en 20 de ellos se ha desestimado la solicitud de anulación planteada por España. Los inversores que han obtenido estas resoluciones favorables ya han comenzado a buscar su ejecución en terceros países y, entre otros, un tribunal australiano ordenó en agosto la ejecución de cuatro laudos por un importe de 469 millones. Estas decisiones judiciales siguen acorralando a España, que se encuentra en una posición cada vez más comprometida y ya efectuó en el pasado junio el pago del primero de estos laudos a la japonesa JGC.

Apple acierta con el iPhone 17

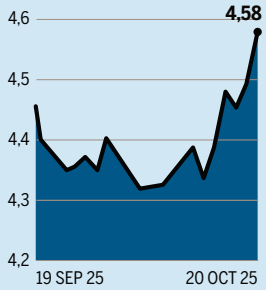
En los nueve meses a junio Apple registró ingresos de 313.695 millones de dólares (+6%), de los que el 74% fue por la venta de productos y el 26%, por servicios. El iPhone –que salió al mercado en junio de 2007– sigue siendo el motor principal, con ingresos de 160.561 millones (+3,6%), equivalentes al 51% de los totales y al 69% de las ventas por productos. A tenor de las órdenes de fabricación, los tiempos de espera y las colas en tiendas, el lanzamiento del iPhone 17 en septiembre habría superado las expectativas iniciales y permitirá un fuerte revulsivo a la categoría este año fiscal, tras caer un 2% en 2023 y repetir en 2024. Apple ha realizado un rediseño importante, con mejoras en cámaras, batería y pantalla, impulsando con ello una nueva ola de renovaciones entre usuarios con modelos anteriores. Distintas estimaciones apuntan a que los ingresos por iPhone crecerán un 4% en el ejercicio cerrado en septiembre, hasta 209.300 millones de dólares, y un 5% en 2026. Los tres mayores riesgos estratégicos para el iPhone siguen latentes: desaceleración del mercado global de *smartphones*, aranceles y posibles retrasos en el desarrollo de funciones avanzadas de IA. Con todo, se estima que Apple venderá 235 millones de unidades este año con proyección de 260 millones anuales a final de la década. En cuanto al desarrollo de una versión plegable, se rumorea que pudiera llegar en 2026. La cotización de Apple ha subido un 10% en los últimos doce meses.

Telefónica busca liderar en móvil en Alemania

Telefónica atraviesa un periodo de transformación estructural en un contexto de caída ininterrumpida de ingresos y presión sobre márgenes para la industria. Desde la llegada de Marc Murtra a la presidencia, ha acelerado cambios en el perímetro corporativo para posicionarse en la previsible consolidación del fragmentado sector europeo de telecomunicaciones. Para ello, ha salido de cinco países latinoamericanos y generado cerca de 2.900 millones de euros con las desinversiones, para concentrase en los cuatro mercados en los que tiene escala: España, Reino Unido, Alemania y Brasil. En el primer semestre, la filial alemana generó ingresos y ebitda de 4.095 y 1.278 millones, respectivamente, equivalentes al 22% y al 21% de los totales del grupo. Telefónica Deutschland tiene una cuota del 30% en móvil, donde compite con Deutsche Telekom (cuota del 31%) y Vodafone (29%). Ayer saltó la noticia de la posible compra del cuarto operador de móviles, 1&1, cuya cuota es del 11%, que permitiría a Telefónica situarse como líder al añadir más de 12 millones de clientes y generar sinergias en red, costes comerciales e inversiones digitales. Se trata de un viejo conocido, dado que tras años utilizando la red de Telefónica Deutschland, 1&1 se pasó a Vodafone en 2023, que le ofreció condiciones de *roaming* más baratas. La guía de ebitda de 1&1 para este año es de 545 millones de euros, y su cotización subió ayer un 12%.

EN BOLSA

Telefónica, en euros.



Expansión Fuente: Bloomberg

Cinco Días

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,13
AVE: 7658 €
ÁREA: 302 CM² - 53%

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

21 Octubre, 2025





El presidente ejecutivo de Telefónica, Marc Murtra, en el último Mobile World Congress de Barcelona. EFE

Telefónica evalúa la compra del operador alemán 1&1, con un valor en Bolsa de 4.000 millones

La teleco germana se dispara un 12% y marca máximos anuales

La operación tiene gran racionalidad estratégica, según Bloomberg Intelligence

SANTIAGO MILLÁN
MADRID

Telefónica evalúa la compra del operador alemán de telefonía móvil 1&1, según el diario germano *Handelsblatt*. Fuentes de la compañía española no han querido hacer comentarios sobre la posible transacción. Los mercados financieros sí han dado credibilidad a este movimiento corporativo. La cotización de 1&1 en la Bolsa de Fráncfort se disparó ayer un 12,11%, hasta 22,40 euros, su nuevo máximo anual. También su principal accionista, United Internet, con un 78% del capital, subió un 8,48%, registrando también máximos anuales. Telefónica subió un 1,87%, hasta 4,58 euros.

La adquisición, de cerrarse, sería la mayor ejecutada por Telefónica en los últimos años (en 2015 cerró la compra de la brasileña GVT por 7.200 millones de euros). En este sentido, 1&1, que sube un 78% en Bolsa desde principios de año, capitaliza 3.959 millones de euros, mientras que United Internet acumula una revalorización anual del 100%%, que ha llevado su valor de mercado hasta los 5.600 millones.

Según Bloomberg Intelligence, la operación tiene una fuerte racionalidad estratégica, al aportar unas sinergias entre 1.500 y 2.600 millones de euros por el lado de los costes, en términos de valor actual neto y reparación del mercado potencial. Estos analistas señalan que, con un precio entre 7,7 y 8,3 veces el valor de empresa frente a ebitda en 2026, se establecería un valor de empresa entre 5.000 y 5.400 millones de euros. En su opinión, implicaría una prima entre el 25% y el 35% con respecto al precio de cierre de cotización del 17 de octubre.

El diario alemán recoge que la operación es una de las alternativas que baraja Telefónica para reconducir su relación con 1&1, que hasta agosto de 2023, era el principal cliente mayorista de la *teleco* en Alemania. Como publicó este periódico el pasado agosto, esta tiene en su mira tanto a 1&1 como a su matriz, United Internet, líder europeo en alojamiento web y servicios en la nube.

De materializarse, sería la mayor adquisición de la 'teleco' española en los últimos años

Aportaría sinergias de entre 1.500 y 2.600 millones por el lado de los costes

Recuperar ingresos

La adquisición de la primera permitiría a Telefónica recuperar los ingresos que perdió en el mercado germano en 2023, cuando 1&1 eligió a Vodafone como proveedor para negocio mayorista, permitiéndole acceder a sus estándares de 2G, 4G y 5G. El día del anuncio de esta alianza, Telefónica retrocedió en Bolsa más de un 7%, mientras que su filial germana, que por entonces cotizaba, se derrumbó más de un 15%. El desplome fue determinante a la opa de exclusión lanzada por el grupo español, presidido entonces por José María Álvarez-Pallete. En cualquier caso, la operación debería recibir el visto bueno de las autoridades europeas de competencia.

Alemania se presenta como una alternativa de crecimiento para el grupo español. Allí busca un CEO, tras conocerse la salida de su principal ejecutivo en ese país, Markus Haas, en el cargo desde principios de 2017.

Las miradas del mercado se centran ahora en Telefónica, que presentará el próximo 4 de noviembre su nuevo plan estratégico en su Capital Markets Day, cuando se espera que su presidente, Marc Murtra, ofrezca más detalles sobre los planes de crecimiento inorgánico, entre los que también aparece una posible compra de Vodafone España a Zegona.

Además de Alemania, Reino Unido, España y Brasil se presentan como ejes fundamentales para la estrategia del grupo. A principios de octubre, Murtra se reunió con el presidente de Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva, para reiterar el compromiso de la *teleco* con la digitalización del país.

En el caso germano, el mayor mercado europeo de telecomunicaciones, valorado en más de 60.000 millones, la operadora tiene entre sus grandes vectores de crecimiento el negocio de empresas y la fibra óptica. La intención es crecer especialmente en el ámbito de la conectividad para pequeñas y grandes empresas, con soluciones basadas en 5G,inteligencia artificial e infraestructuras de red seguras. Entre tanto, Telefónica ha acelerado su salida de América Latina. A principios de este mes completó la venta de su filial en Uruguay por 377 millones, tras hacer lo propio en Perú, Argentina y Colombia. Además, América Móvil y la chilena Entel han presentado una oferta conjunta por las operaciones en Chile, según avanzó Bloomberg.

El Confidencial

PLAN ESTRATÉGICO A LA VISTA

El dilema de Murtra: ¿comprar en España (Vodafone), en Alemania (1&1) o las dos?

Después de meses de especulación sobre la compra de Vodafone España, emerge con fuerza la opción de una fusión en Alemania, la opción predilecta de analistas e inversores



Marc Murtra, presidente de Telefónica.

Por **Agustín Monzón** 20/10/2025 - 19:34

EC EXCLUSIVO

Hace tiempo que la historia de inversión de Telefónica se escribe en torno a las posibles fusiones. Desde que Marc Murtra asumió la presidencia del gigante español de las telecomunicaciones, los mensajes desde el propio grupo han tendido a subrayar la necesidad de una consolidación adicional en el sector, en la que ellos mismos estarían dispuestos a jugar un papel director.

En torno a esa idea se han ido levantando desde hace meses las informaciones sobre el presunto interés de Telefónica de adquirir el negocio de Vodafone España (propiedad del fondo Zegona). La lógica de este movimiento resulta clara: con la absorción de uno de los tres grandes grupos del sector, la operadora española estaría buscando una reducción de la competencia que favoreciera la rentabilidad de su negocio nacional (penalizado durante años por una intensa guerra de precios), afianzándose como líder del mercado y beneficiándose de las sinergias que implicaría la unión de ambas firmas. Todo ello, además, favorecido por la idea de que esta sería una salida satisfactoria para Zegona, que adquirió Vodafone España el año pasado con una clara voluntad de rentabilizar la inversión lo antes posible, tras dar un impulso al negocio.

Sin embargo, el abanico de posibilidades para Telefónica no se agota en Vodafone España, como ha quedado claro a lo largo de todos estos meses, en los que también se le ha vinculado con posibles operaciones en Reino Unido y en Alemania.

Precisamente, este lunes han vuelto a resurgir las especulaciones sobre sus intenciones en el mercado germano, al publicar el diario *Handelsblatt* que la compañía de Murtra estaría trabajando en un plan para adquirir la operadora alemana 1&1.

La noticia fue acogida con avances en bolsa superiores al 12% por el grupo germano, mientras que su principal accionista, United Internet (controla un 78% del capital) también repuntaba un 8,5%.

Más llamativa resulta la reacción de las acciones de Telefónica. Y es que, con frecuencia, las informaciones sobre movimientos de este tipo se suelen atragantar a quien asume el papel de consolidador, ya que los inversores ponen el foco en el esfuerzo de capital que tendrá que hacer inicialmente más que en los hipotéticos beneficios a largo plazo.

Preferencia por Alemania

Sin embargo, en esta ocasión, también el grupo español ha encajado las informaciones con tono positivo, firmando alzas que rozan el 1,9%. En este repunte pudo contribuir el hecho de que Morgan Stanley elevó su valoración, pero también es posible percibir cierta satisfacción entre los inversores con este movimiento.

Y es que son varias las voces que venían advirtiendo desde hace tiempo en el mercado de que Telefónica haría bien en priorizar la opción de una fusión en Alemania frente a la vía de Vodafone España. "Seguimos pensando que la oportunidad de consolidación en el mercado que más valor aportaría a Telefónica se encuentra en Alemania", indicaban a finales del pasado mes de septiembre los analistas de Banco Santander.

Y también en UBS alentaban esta opción en un informe firmado el 1 de septiembre. "Alemania es potencialmente la operación de menor tamaño en la que Telefónica podría participar, pero también la de mayor impacto, en nuestra opinión, dado el importante potencial de sinergias", señalaban.

Para Telefónica, 1&1 no es un competidor desconocido, ya que han mantenido acuerdos durante años por los que la compañía española prestaba servicios de red al grupo alemán. De hecho, la decisión de 1&1 en el verano de 2023 de contratar estas operaciones con Vodafone, supuso un duro revés para las perspectivas de Telefónica en Alemania del que aún no ha logrado recobrarse.

"La migración de 1&1 a Vodafone está actualmente en pleno desarrollo y se espera que alcance su máximo impacto en el segundo semestre de 2025. Estimamos que, sin factores mitigantes, Telefónica probablemente perderá aproximadamente 600 millones de euros en ingresos, 400 millones de euros en EBITDA (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) y 200 millones de euros en flujo de caja libre", observaban en su informe los analistas de UBS.

Hacerse con el negocio de 1&1, que cuenta con alrededor de 12,5 millones de clientes de sus servicios móviles y algo más de 3 millones de fijo conllevaría para Telefónica importantes sinergias, según explicaba la entidad suiza, que calcula que ambos negocios juntos alcanzarían los 4.366 millones de euros de EBITDA en 2030 (frente a los menos de 2.500 millones que proyecta para Telefónica Deutschland en 2026).

> UBS calcula sinergias de hasta 900 millones al año por la adquisición de 1&1

"Estimamos entre 500 y 900 millones de euros anuales en sinergias que Telefónica podría obtener de la consolidación en Alemania", indicaban los expertos de UBS, que calculaban que el grupo de Marc Murtra podría necesitar captar para financiar la operación alrededor de 3.000 millones de euros, a los que se sumarían los ingresos que pueda generar con la venta de los negocios que mantiene en Latinoamérica (Hispam), así como la posible desinversión de una participación adicional en Telefónica Brasil y los fondos de que dispone en caja.

Actualmente, 1&1 está valorada en bolsa en poco menos de 4.000 millones de euros, tras revalorizarse un 54% en el último año (frente al 3,3% de Telefónica). Y es precisamente ese, su tamaño más limitado, uno de los factores que más convencen a los inversores frente a la opción de Vodafone España, que actualmente capitaliza algo más de 11.100 millones de euros, tras dispararse alrededor de un 250% en doce meses, un repunte favorecido por las propias especulaciones sobre el interés de Telefónica.

"La fuerte revalorización de Zegona, que compró Vodafone España en 2023, complica significativamente su adquisición", señalaba en un informe reciente Iván San Félix, analista de Renta 4, que calculaba que para hacer frente a la operación Telefónica tendría que hacer frente a una importante ampliación de capital, que podría superar los 5.000 millones de euros (casi un 20% de su capitalización actual).

La amenaza de Digi

"Esta operación supondría un gran esfuerzo financiero para Telefónica. Tendría que realizar más ventas de activos y llevar a cabo una ampliación de capital muy elevada, de en torno a un quinto de su valor. Creemos que dicha ampliación se realizaría con descuento cuando además compraría un activo que actualmente cotiza a múltiplos que duplican los de Telefónica y el sector. Además, los múltiplos de deuda de las dos entidades son muy parecidos, con lo que Telefónica tampoco podría beneficiarse de la posibilidad de desapalancarse", explicaba.

Pero además, la vía Vodafone España encararía un riesgo adicional, ya que son varios los expertos que temen que, como ha ocurrido en anteriores procesos de consolidación en el mercado nacional, el movimiento acabe resultando –sobre todo, en función de los *remedies* que fuercen las autoridades de competencia– en un refuerzo de un tercer competidor (en este caso Digi) que acabe minando las ventajas de la operación.

"Digi podría esperar beneficiarse de las posibles soluciones en un acuerdo entre Telefónica y Vodafone, al igual que en el de Orange y MásMóvil. También podría aspirar a alcanzar una cuota de mercado móvil del 20-30% a largo plazo gracias a sus agresivas estrategias de precios, lo que obligaría a Telefónica y MasOrange a ceder parte de sus respectivas cuotas de mercado. En resumen, no esperamos que un acuerdo entre Telefónica y Vodafone suponga una reparación estructural del mercado español", advertían en UBS.

europa press

SOCIEDAD

El BNG exigirá en el Congreso evitar "bloqueos indiscriminados" de páginas web por parte de LaLiga y Movistar



El diputado del BNG Néstor Rego durante una rueda de prensa anterior a la Junta de Portavoces, en el Congreso de los Diputados, a 23 de septiembre de 2025, en Madrid (España).
- Eduardo Parra - Europa Press

EUROPA PRESS, 20 OCTUBRE 2025

El Bloque Nacionalista Galego (BNG) defenderá este miércoles en la Comisión de Economía, Comercio y Transformación Digital del Congreso una iniciativa para reclamar al Gobierno "actuar para evitar los bloqueos indiscriminados de páginas web ejecutados por LaLiga y Movistar".

Según ha informado la formación nacionalista, el BNG demandará que el Ejecutivo "garantice la precisión y proporcionalidad de las medidas contra la piratería audiovisual, evitando que continúen los cierres masivos de IPs que dejan fuera de servicio millares de webs y plataformas completamente legítimas, incluyendo portales públicos y servicios de pago".

De este modo, la iniciativa del BNG propone que el Congreso inste al Gobierno a adoptar medidas necesarias --dentro de sus competencias-- para "asegurar que los bloqueos de webs que emiten ilícitamente contenidos protegidos no afecte a páginas o portales legítimos".

Se debe garantizar que los bloqueos realizados sean precisos y limitados: que se emplee exclusivamente el protocolo DNS para restringir el acceso al dominio concreto que infrinja derechos, evitando bloqueos por IP que afecten la multitud de webs ajenas", señala el diputado del BNG en el Congreso, Nestor Rego.

Asimismo, Rego propone establecer una colaboración con los hostings, a través de protocolos, para que los servicios de hospedaje puedan retirar únicamente los contenidos ilícitos o suspender las cuentas infractoras, preservando el funcionamiento de páginas legítimas.

Del mismo modo, añade el diputado, se deben articular mecanismos que impidan a las compañías de telecomunicaciones bloquear direcciones IP de manera masiva, lo que perjudica tanto la empresas como la usuarias sin relación con la piratería.

"El BNG considera imprescindible que el Gobierno recupere el control sobre estas actuaciones, hoy dejadas en manos privadas que operan sin supervisión ni garantías para terceros", subraya Rego.

A su juicio, "la lucha contra la piratería no puede convertirse en una censura digital encubierta ni afectar al derecho a la información y a la libertad de expresión". Rego demanda "un marco de actuación claro y justo, que proteja los derechos de autor sin causar daños colaterales a millares de webs legales".

El Confidencial

CARLOS NÚNEZ, NUEVO CEO

El inversor chino elige a Oslé presidente de Mediapro y releva al fundador Tatxo Benet

Orient Hontai, la compañía de origen asiático dueño de la productora audiovisual española, selecciona al expresidente de Telefónica España para relevar al histórico directivo catalán



Sergio Oslé.

Por **Agustín Marco** 21/10/2025 - 05:00

Orient Hontai, el grupo chino dueño de Mediapro, ya ha decidido renovar el equipo gestor de la primera productora audiovisual española. Según aseguran fuentes del sector, el holding asiático, que en 2022 rescató a la compañía afectada por el covid, ha acordado la salida amistosa de Tatxo Benet, el fundador del grupo, junto a Jaume Roures. El dueño multimillonario del conglomerado asiático se ha decantado por elegir a Sergio Oslé como nuevo presidente ejecutivo pese a las pretensiones del ejecutivo catalán de continuar al frente de la sociedad.

Según estas fuentes, Orient Hontai, como adelantó El Confidencial el pasado 23 de septiembre, había abierto un proceso para elegir un nuevo consejero delegado para Mediapro ante la terminación del contrato de Tatxo Benet, que finaliza el próximo 31 de diciembre. Pero el carismático ejecutivo, conocido por su perfil independentista, ha intentado en las últimas semanas convencer al grupo chino para continuar como presidente, apoyado en un CEO (por las siglas en inglés) de consenso.

Sin embargo, aunque Tatxo Benet ha propuesto varios nombres de su agrado, Orient Hontai ha considerado que la persona adecuada para la nueva etapa es Sergio Oslé, ex consejero delegado de Telefónica España y presidente de Movistar+. Como publicó este periódico a finales del pasado mes, Oslé y Cristina Burzako, la ex consejera delegada de la plataforma de televisión de pago de Telefónica, eran dos de las personas contactadas para esta nueva etapa de Mediapro.

Tatxo Benet ha informado a su círculo de confianza en Mediapro que, tras una reciente reunión con los representantes de Orient Hontai, ya le han comunicado que no será renovado. Y que su sustituto será Oslé, que ha declinado hacer ningún comentario sobre esta información al ser preguntado por su próximo nombramiento. Porque Orient Hontai, asesorado por un banco de inversión español, ha concluido que la productora audiovisual necesita una renovación de su cúpula para poner en marcha un plan de reestructuración de los negocios. Especialmente ante la pérdida de varios contratos, como el de LaLiga, ha afectado a la solvencia de la productora.

> Carlos Núñez, el que fuera presidente de Prisa Media, será propuesto como nuevo consejero delegado, dependiente de Oslé, ex Telefónica

El nombramiento de Oslé no va ser el único. Según otras fuentes, Carlos Núñez, el que fuera presidente de Prisa Media, va a ocupar el puesto de consejero delegado, dependiendo del nuevo presidente. Núñez fue cesado el pasado mes de febrero por parte de Joseph Oughourlian después de que propusiera lanzar la televisión promovida por Moncloa, de la mano de José Miguel Contreras, uno de los productores de cabecera del PSOE. Un plan que provocó una crisis accionarial en el grupo editor de 'El País' y 'Cadena SER', que acabó con numerosas destituciones.

Núñez, que recibió una indemnización de 1,7 millones por su salida de Prisa, no se puede incorporar a Mediapro hasta marzo de 2026, ya que su contrato y su liquidación incluía una cláusula de no competencia que le impedía trabajar en la competencia durante doce meses.

El pasado 1 de julio, Moody's rebajó la calificación financiera de Mediapro de 'B2' a 'B3' en la categoría especulativa o bono basura, tanto para la nota corporativa a largo plazo (CFR), como la de probabilidad de incumplimiento de pago. La agencia deterioró su solvencia por el sustancial bajo rendimiento operativo del grupo en 2024, que ha provocado un notable debilitamiento de las métricas crediticias. Una situación que empeoró tras la decisión de LaLiga de quitarle el contrato de producción de los partidos de fútbol.

Los ingresos de Mediapro cayeron un 15% el pasado año, hasta los 1.068 millones de euros en 2024. La disminución del EBITDA (beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) fue mayor, del 36%, hasta los 111 millones. Unos números que, según previsiones, van a empeorar en 2025 por el impacto del contrato de LaLiga. Una pérdida que provocó una reacción visceral de la compañía, al calificar la decisión como "arbitraria".

Días más tarde, rectificó su duro ataque a la patronal del fútbol español, al indicar que "Group Mediapro retira y se retracta del contenido íntegro de su comunicado del pasado día 14 de abril de 2025 relativo a las adjudicaciones de los contratos de producción y distribución del campeonato nacional de fútbol. En particular, Group Mediapro quiere hacer constar que el comunicado fue producto de una precipitada valoración de los resultados del concurso y sus afirmaciones no estaban justificadas". La compañía ha tenido que activar un Expediente Temporal de Regulación de Empleo (ERTE) para 180 empleados.

Del boom a la crisis

Orient Hontai entró en el capital de Mediapro en 2018 con la adquisición del 56% del capital por 900 millones. Tras varios años de desempeño positivo, los dueños chinos contrataron a Deutsche Bank, Citi y Goldman Sachs para sacarlo a bolsa, valorado en 3.000 millones. Pero la aparición del covid trastocó los planes. En lugar de venderla, tuvo que rescatarla con una inyección de 620 millones. Una operación que diluyó al resto de accionistas, entre los que se encontraban Jaume Roures y Tatxo Benet.

Los dos fundadores, que tenían el 12% del capital cada uno, apenas se quedaron con un 4%, con opción de recuperar su participación anterior si Mediapro lograba ciertos hitos operativos y financieros. Pero, aunque la compañía mejoró de forma sustancial, la relación de confianza se rompió. Primero con Roures, que fue forzado a dejar la productora que él mismo había fundado a finales de 2023. Su salida vino llena de acusaciones de robo de correos electrónicos. Ahora, Orient Hontai ha optado por abrir, ya sin Tatxo Benet, una nueva etapa en Mediapro, que cuenta con 7.000 trabajadores.

europa press

Cultura selecciona cintas de Almodóvar, Coixet o Los Javis en su línea de ayudas a la producción dotada con 26 millones



Pedro x Javis, el homenaje de Los Javis a Almodóvar llega a Movisar Plus+

MADRID, 20 Ocubre 2025. (EUROPA PRESS) -

El Ministerio de Cultura, a través del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), ha resuelto el primer procedimiento de ayudas generales para la producción de largometrajes sobre proyecto de 2025 por un importe de 26.650.000 euros.

Entre los proyectos seleccionados figuran la próxima película de Pedro Almodóvar, 'Amarga Navidad' (El Deseo S.L.), la epopeya histórica 'Malinche'(La Noche Triste, A.I.E.y Morena Films), dirigida por Pablo Trapero y la comedia 'Perfectos conocidos' (Extraños Conocidos, A.I.E), a cargo de Javier Fresser, una versión española del éxito mundial 'Perfectos desconocidos.

Figuran también, 'Tre ciotole', la nueva película de Isabel Coixet inspirada en la autobiografía de Michela Murgia; y el drama 'La bola negra', con guion y dirección de Javier Calvo y Javier Ambrossi (Los esquiadores, Suma Content Films y El Deseo).

La dotación presupuestaria se imputa íntegramente al crédito disponible del Fondo de Protección a la Cinematografía del ICAA. La dotación presupuestaria total para la convocatoria de 2025 es de 55 millones de euros, a resolver en dos procedimientos.

De los 50 proyectos que han solicitado la ayuda, han resultado beneficiarios 27, todos ellos correspondientes a la categoría de ficción. Por su parte, del total de proyectos beneficiarios, 17 son coproducciones internacionales que han obtenido ayudas por un valor de 16.650.000 euros, lo que supone el 62,48 por ciento de la dotación total.

En cuanto al impacto de las cláusulas para reducir la brecha de género, han resultado beneficiarios once proyectos dirigidos exclusivamente por mujeres, lo que supone el 40,74 por ciento del total de proyectos beneficiarios.

Asimismo, son beneficiarios seis proyectos presentados con guion escrito exclusivamente por mujeres, lo que supone el 22 por ciento del total de proyectos a los que se le ha concedido la ayuda. Además, han sido seleccionados cuatro proyectos solicitantes en los que la dirección y guion recaen en mujeres.

Respecto a la producción ejecutiva han resultado beneficiarios 25 proyectos con mujeres en ese cargo. En cuanto a la composición de banda sonora original han resultado beneficiarios 16 proyectos con mujeres en ese cargo, lo que supone el 59,26 por ciento de los beneficiarios. Por último, 26 de los 27 proyectos seleccionados disponen de un equipo técnico con al menos el 40 por ciento de presencia femenina.

Por comunidades autónomas, cinco productoras andaluzas reciben un importe total de 2.004.800 euros por su participación en tres proyectos; seis productoras de Canarias reciben 5.868.100 euros por la producción de seis largometrajes; 14 productoras catalanas, con participación en siete proyectos diferentes, suman ayudas por valor de 5.157.500 euros; 27 productoras madrileñas, con participación en 17 proyectos, reciben 9.335.700 euros; dos productoras valencianas reciben 1.000.000 euros por su participación en un largometraje; y ocho productoras de Euskadi son beneficiarias de 3.283.900 euros para la producción de cinco largometrajes.



Juan José Solana, presidente de Fundación SGAE, y Rubén Gutiérrez del Castillo, director general de Fundación SGAE, en la presentación del Anuario · Fotografía: FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN

INDUSTRIA

La asistencia al cine y el consumo de televisión cayeron en 2024, según datos del Anuario SGAE

La Fundación SGAE presenta su Anuario, en el que repasa los datos de las artes escénicas, musicales y audiovisuales. La cifra de abonados a plataformas creció

REDACCIÓN KINÓTICO 17.10.2025

En la Sala Valle-Inclán de la sede de la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) en Madrid se ha presentado, este viernes, el Anuario SGAE 2025 de las artes escénicas, musicales y audiovisuales, un informe que, como explica el comunicado de la entidad, es “un análisis de los principales indicadores del comportamiento del sector cultural, los hábitos de consumo en 2024 y su evolución respecto a los años previos”. Un anuario que este año cumple su edición 25. Según los datos, mientras la música, especialmente la popular, obtiene los mejores resultados, el cine se sitúa en el extremo contrario y sigue sin conseguir alcanzar los resultados de taquilla de 2019, previos a la pandemia.

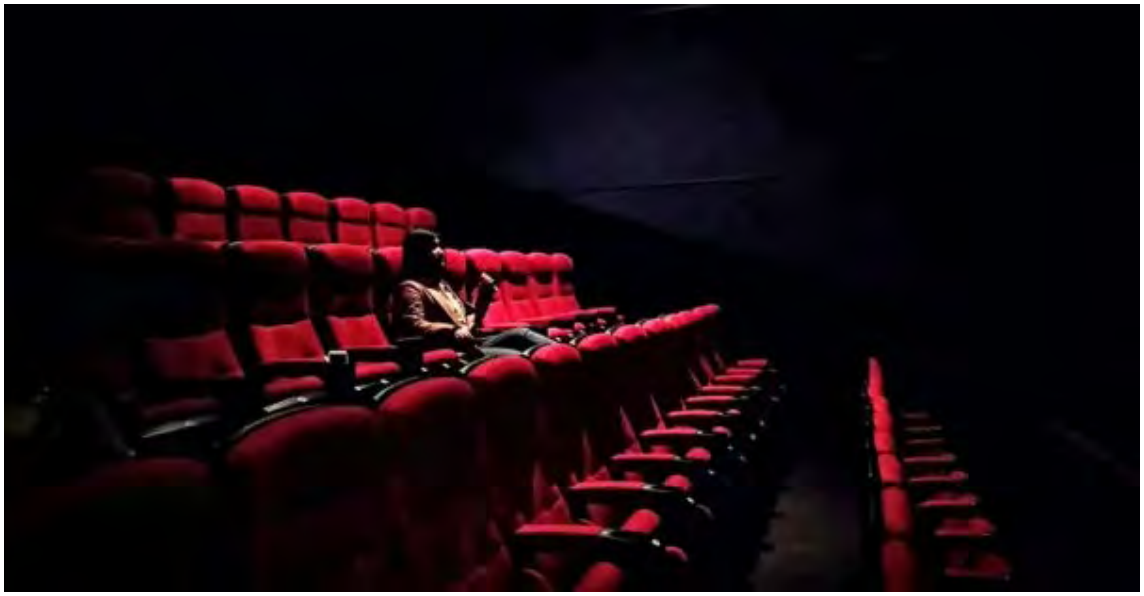
Según el Anuario SGAE, el sector del cine ha vuelto a “caer en la mayoría de sus indicadores en 2024, pronosticando una situación complicada para las salas de exhibición”. Por el contrario, se consolidan las cifras de “consumo de productos audiovisuales en plataformas de streaming”. En el transcurso del acto de representación, Juan José Solana, presidente de Fundación SGAE, ha asegurado que "debemos ser conscientes de que el pico de actividad tuvo lugar en 2008. Tras la crisis económica, empezamos a notar un repunte en 2019 que se frenó en seco por la pandemia. Aunque la actividad se va recuperando poco a poco, este año nos hemos encontrado con algunas realidades desagradables”. Por su parte, Rubén Gutiérrez del Castillo, director general de Fundación SGAE, ha comentado en referencia a las crifras generales de todos los sectores que “pese a los buenos datos, persiste la precariedad. Necesitamos una mirada que ponga el foco en las personas que hacen posible la cultura: autoras, intérpretes, técnicas, gestores. Sin ellas, la industria perdería su sentido".

En el caso concreto del cine, la evolución se vio frenada en 2024, pese a que en 2023 el sector parecía encaminado a datos positivos con respecto a la pandemia. El Anuario destaca que, aunque el número de sesiones se ha incrementado en un 2,4% en comparación con 2023, los espectadores y la recaudación han caído un 5,4 % y un 2,2 %, respectivamente. Si se comparan los datos con 2019, se registran descensos en los tres indicadores: el 11,7 % en la oferta, el 29,8 % en la asistencia y el 20,7 % en los ingresos de la taquilla. En cuanto al promedio de entradas por habitante, el pasado año cayó al 1,5 anual. Madrid es la región con mayor promedio anual (2,13), seguida de Navarra (1,67) y Cataluña (1,65). Con un precio medio por entrada de 6,63€ y un gasto medio por habitante de 9,95€, Madrid y Cataluña son las Comunidades con mayor gasto medio y mayor promedio de precio por entrada: 15,81€ y 11,77€ y 7,42€ y 7,15€, respectivamente.

Las series entran dentro del apartado de análisis de radio y televisión, un sector que, según el Anuario SGAE 2025, ha registrado “mínimos históricos en el consumo radiofónico y televisivo tradicional este 2024”. Una caída en el consumo tradicional que se contrapone al aumento de abonados a plataformas. Así, el 63,3% de los hogares españoles con acceso a Internet las consume, según la CNMC. Netflix es la plataforma con mayor número de usuarios (50%) y le sigue Prime Video (40,8%), cuya suscripción, cabe reseñar, va asociada a la contratación del servicio de entrega de paquetes de Amazon. Las dos crecieron en número de abonados en 2024. 0,9% más para Netflix y 3,6% más para Prime Video. Crece también el porcentaje de personas que consumen contenido audiovisual en streaming, hasta el 69,9%, cuatro puntos más que en 2023.

Por otro lado, el pasado año, la ficción fue el género más consumido: el 73,2 % de los consumidores vio películas y el 62,5 % series. Aún así, ambos contenidos caen con respecto a 2023 2,7 puntos.

El anuario SGAE 2025 certifica una nueva caída del cine y la televisión en 2024



La Fundación SGAE presente el Anuario SGAE 2025 de las artes escénicas, musicales y audiovisuales, análisis de los principales indicadores del comportamiento del sector cultural, los hábitos de consumo en 2024 y su evolución respecto a los años previos que destaca la caída del cine en la mayoría de sus indicadores, así como los mínimos históricos del consumo de radio y televisión.

Según datos del Anuario SGAE, la evolución del cine se ha frenado en 2024. Si bien en 2023, el sector parecía apuntar datos positivos respecto a la pandemia, no ha conseguido mantener el entusiasmo del público ni la recaudación. Y es que, aunque el número de sesiones se ha incrementado en un 2,4 % en comparación con el 2023, los espectadores y la recaudación han caído un 5,4 % y un 2,2 %, respectivamente. Al enfrentar los resultados del año objeto de estudio con los del 2019, en los tres indicadores se detectan descensos: del 11,7 % en la oferta, del 29,8 % en la asistencia y del 20,7 % en los ingresos por taquilla.

El promedio de entradas compradas por habitante en el territorio español en 2024 cae hasta una y media anual. En Madrid, comunidad con el promedio anual más alto, llegó a las 2,13. Le siguen Navarra con 1,67 y Cataluña con 1,65. El precio medio de la entrada de cine en España se sitúa en los 6,63 euros, mientras

que el gasto medio por habitante se sitúa en los 9,95 euros. Madrid y Cataluña vuelven a ser las comunidades que tienen un mayor gasto medio por persona al año con 15,81 euros y 11,77 euros, respectivamente. Estas mismas comunidades tuvieron los mayores promedios de los precios de entradas: 7,42 y 7,15 euros.

Las cintas más taquilleras en las salas españolas en 2024 fue *Del revés 2*, mientras que el largometraje español líder volvió a llevárselo Bowfinger: *Padre no hay más que uno 4*. Por comunidades, la secuela del filme de animación lidera todos los listados de películas más vistas, salvo en Castilla y León, donde *Gru 4. Mi villano favorito* se ubica en primera posición.

Radio y televisión, con mínimos históricos

El Anuario SGAE 2025 describe mínimos históricos en el consumo radiofónico y televisivo tradicional en 2024, alcanzando medias por persona al día de 92 y 171 minutos, respectivamente. Mientras que la radio se redujo un escaso minuto respecto a 2023, situándose en cifras de 2021, la televisión perdió 10 respecto al año anterior y 51 en comparación con 2019. Es el cuarto año consecutivo que se observa una disminución en el consumo televisivo.

A pesar de estos datos, los ingresos publicitarios obtenidos en ambos soportes volvieron a subir, según los datos de Infoadex. La emisión de publicidad en radio aportó 489 millones de euros (máximos en la última década), y, en televisión, 1.768 millones. En ambos casos se produjeron aumentos respecto a 2023, del 6 % y del 1,9 %, respectivamente. No obstante, si se comparan con 2019, los ingresos publicitarios en televisión experimentan un retroceso del 12%.

Esta caída de consumo tradicional se contrapone con el aumento de abonados a plataformas de vídeo. El 63,3% de los hogares con acceso a Internet las consume, según la CNMC. Netflix volvió a ser la plataforma con más usuarios (50%), seguido de Amazon Prime Video con el 40,8 %, según informa EGM. Las dos plataformas ven incrementados sus porcentajes, en nueve décimas y 3,6 puntos porcentuales.

De la misma manera, las personas que disfrutan de contenidos audiovisuales en streaming alcanzan el 69,9% de la población, cuatro puntos más que el año anterior y 38,4 más que en 2015. Esto se contrapone a la caída de las descargas de contenidos, que se mantiene constante desde 2020. Por su parte, la mitad de los usuarios de Internet consumen podcasts (un aumento de 5,1 puntos respecto a 2023).

Por otro lado, el sector del videojuego, que durante 2024 facturó en nuestro país un total de 2.408 millones de euros según los datos de AEVI, crece un 2,9 % en comparación con el 2023. El 64,7 % de esta cantidad corresponde al mercado digital que incrementa un 19,8 % sus ingresos en comparación con un año antes.

El restante 35,3 % se ingresos por las ventas físicas y que, en este caso, pierde un 18,1 %.

Metodología del Anuario SGAE

El Anuario SGAE 2025 ofrece información rigurosa y detallada sobre los principales sectores de las artes escénicas, musicales y audiovisuales, con decenas de miles de datos numéricos y 372 gráficos y tablas estadísticas, algunos de elaboración propia. Surge como resultado de un laborioso proceso de captura y tratamiento de datos, compilación de fuentes y análisis de esta información, en colaboración con SGAE y CIMEC.

En su vigesimoquinta edición del Anuario SGAE se han analizado 186.000 espectáculos en vivo y más de 3,4 millones de sesiones cinematográficas. Este informe analiza los principales indicadores de sector cultural. Se incluyen no solo los resultados del año 2024, además, se incluyen las comparativas con las cifras del año anterior, complementadas con la evolución que han tenido los principales datos desde 2015.

Para poder ofrecer este análisis detallado, en el Anuario se incluyen datos específicos sobre múltiples características de los espectáculos (asistentes, recaudación, precio de las entradas), tratados de modo global y presentando, en algunos casos, clasificaciones significativas (películas más taquilleras, discos más vendidos, producciones escénicas con más público, etcétera).

Cine&TelePRO
60 años liderando la información desde España

El Anuario SGAE 2025 refleja la caída del cine y la televisión frente al auge de la música en vivo

20 octubre, 2025

El informe de la Fundación SGAE muestra que, pese al crecimiento general del sector cultural respecto a 2023, el consumo cinematográfico y televisivo sigue en descenso, mientras la música popular alcanza cifras récord de conciertos, público y recaudación.



La Fundación SGAE ha presentado el Anuario SGAE 2025 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales, un exhaustivo análisis sobre los hábitos culturales y el comportamiento del sector en 2024. La publicación, que cumple su vigésimo quinto aniversario, confirma una recuperación desigual: mientras la música en vivo vive su mejor momento histórico, la asistencia al cine y el consumo de televisión tradicional continúan en caída.

La presentación tuvo lugar en la Sala Valle-Inclán de la sede madrileña de la Sociedad General de Autores y Editores, con la intervención de Juan José Solana, presidente de Fundación SGAE, y Rubén Gutiérrez del Castillo, su director general. Ambos desglosaron las principales conclusiones de un informe que, según Solana, “refleja una recuperación incompleta, marcada por la precariedad y por la necesidad de poner el foco en las personas que hacen posible la cultura”.

Gutiérrez recordó que el sector alcanzó su máximo histórico en 2008, antes del impacto de la crisis económica y la pandemia, y señaló que “aunque la actividad remonta, los datos de 2024 muestran realidades preocupantes en varios ámbitos”.



Juan José Solana y Rubén Gutiérrez, presidente y director general de Fundación SGAE © Luis Camacho / Fundación SGAE

El estudio revela que, aunque la mayoría de los sectores crecen respecto a 2023, la oferta y la asistencia siguen por debajo de los niveles previos a la pandemia. Sin embargo, la recaudación global ha aumentado, impulsada principalmente por el auge de la música popular, que ha cerrado el año con un 32,3% más de conciertos, un 20,6% más de asistentes y un 77,1% más de ingresos respecto a 2019. Si se compara con 2008, la venta de entradas prácticamente se ha triplicado, lo que consolida al sector musical como el más sólido de la industria cultural.

La música clásica también mantiene su tendencia al alza, aunque la asistencia todavía se sitúa un 9% por debajo de los niveles prepandemia. En cambio, las artes escénicas continúan lejos de sus cifras anteriores a la crisis y se asemejan más a las registradas hace una década.

El panorama es más complejo para el cine, que no logra recuperar sus ingresos de taquilla de 2019 y vuelve a registrar descensos en la mayoría de indicadores, confirmando el delicado momento de las salas de exhibición.

El consumo de radio y televisión tradicionales también cae hasta mínimos históricos, mientras el *streaming* y la música digital consolidan su dominio con cifras récord. Además, la mitad de la población con acceso a internet ya escucha podcasts de forma habitual.

El Anuario SGAE 2025 dedica ocho capítulos al análisis de los diferentes sectores: artes escénicas, música clásica y popular, cine, música grabada, televisión y vídeo, radio y nuevas tecnologías, incluyendo también el mercado del videojuego y los efectos de la piratería.

En esta edición se han analizado 186.000 espectáculos en vivo y más de 3,4 millones de sesiones cinematográficas, con información detallada sobre asistencia, recaudación, precios y consumo cultural. El documento, elaborado junto a CIMEC y SGAE, recopila decenas de miles de datos y 372 gráficos y tablas estadísticas.

Desde su creación en 1999, el Anuario se ha consolidado como una referencia esencial para conocer el estado del mercado cultural español. Es, además, la única fuente que recopila datos de asistencia y recaudación en taquilla de las artes en vivo, y una herramienta que sirve de base para otros estudios sobre la evolución del sector.

Cine&TelePRO
60 años liderando la información desde España

Fotogramas

De 'Animal' a 'Poquita fe': Por qué la comedia está salvando a las series españolas en 2025

Este año no tenemos algo como 'La Mesías' o 'Querer', pero, en cambio, las series españolas de comedia están salvando la temporada.

Por Álvaro Onieva Publicado: 20/10/2025



En los años anteriores, a estar alturas del partido —ya cruzando octubre—, se habían estrenado varias series españolas que sonaban para la temporada de premios como posible Mejor drama o estaban al caer. La vuelta del verano suele traer varias novedades potentes; sin embargo, este 2025 todavía se está haciendo rogar esa serie que ponga en pie a crítica y público de manera unánime e indiscutible.

Por ejemplo, el año pasado 'Querer' había deslumbrado en San Sebastián y recibiría después diversos galardones (entre ellos, el Fotogramas de Plata) con varias series potentes como competencia: 'Cristóbal Balenciaga', 'El caso Asunta', 'Yo, adicto' o 'Nos vemos en otra vida'. Por su parte, 'Celeste', que se había presentado inicialmente como un thriller tributario, daba un volantazo a su denominación para encajar en la categoría de comedia, donde apenas tenía como competencia a 'Mamen Mayo'.



En 2023 se estrenaron 'La Mesías' o 'El cuerpo en llamas' y en 2022 'Rapa', 'La ruta' o 'Intimidad'. Mientras, la comedia nacional siempre ofrece hallazgos interesantes (en 2023 'Poquita fe', en 2022 'Fácil', 'Machos alfa' o 'No me gusta conducir', por poner algunos ejemplos), pero su tasa de éxito/fracaso suele inclinarse más hacia el lado de, si no lo queremos llamar desastre, al intento de humor que no termina por cuajar. Hacer reír es, de hecho, más difícil.

AUDIOVISUAL451
el medio online de la industria audiovisual

Javier de la Chica, de Contanimation: «La IA nos lleva hacia una industria de la animación más creativa, pero quizás menos rentable»

Por **Marco Sánchez Sequera** - 20 octubre, 2025

Audiovisual451, en Valencia.

Uno de los temas que han dominado la conversación durante la **17ª edición de Weird Market**, Mercado Internacional de Animación, Videojuegos y New Media celebrado del 30 de septiembre al 4 de octubre en **Valencia**, ha sido la aplicación de las nuevas tecnologías, y más concretamente, de la **inteligencia artificial**, a la industria de la **animación**.

Entre los asistentes a este foro profesional, pocos conocen tan de cerca la cada vez más estrecha relación entre IA y animación como **Javier de la Chica**, artista visual que ha encontrado en esta herramienta un nuevo horizonte para desarrollar su creatividad.



Desde el año 2019, De la Chica se ha dedicado a **investigar y experimentar con softwares de IA**, atraído por el rápido desarrollo y la creciente popularidad de esta tecnología, la cual ha evolucionado hasta convertirse en el centro de su labor.

De la mano de **Contanimation Films**, su estudio propio, Javier de la Chica persigue crear experiencias visuales diferentes y construir narrativas que oscilan entre lo cómico y lo bizarro. Entre sus trabajos, figuran los cortos **'Get Big', 'Move It!' y 'Late to Work'**, que le han brindado varios premios en el concurso internacional **Runway Gen48**.

'Gafas para crecer'

La última producción de Contanimation es el spot animado 'Gafas para crecer', un encargo de la compañía óptica **Alain Afflelou** cuyo desarrollo fusiona, precisamente, la creatividad humana con diversas herramientas de IA. La idea en la que se basa esta **campaña publicitaria** parte de **una realidad cotidiana**: a veces, mientras están creciendo, los niños rompen y pierden sus gafas, lo que supone todo un reto para sus padres.

Esta pieza, dirigida por **Santiago Ambit**, con dirección artística de Javier de la Chica y edición de **Valentina Roteda**, ha sido producida por el estudio **Xiaolongbao**. La IA participó en el guion y la adaptación visual, generando la música y las voces.

La producción introduce personajes creados gracias a la nueva herramienta **Google Nanobanana**, integrada en **Freepik**. Cada uno de los niños que aparece, cuenta con una biografía propia, lo que da lugar a **toda una narrativa** con la que marca busca generar **una conexión cercana** con el público infantil y ofrecer soluciones a sus familias.



Coincidiendo con su paso por Weird Market, **Audiovisual451 ha tenido la oportunidad de conversar con Javier de la Chica** sobre IA, animación y sus próximos proyectos.

A451: ¿Cómo fueron tus inicios en la animación?

Javier de la Chica: «Empecé a estudiar el grado de animación allá por 2013, en U-tad. Siempre me ha interesado la parte creativa, el desarrollo de proyectos y, sobre todo, la dirección, y eso es en lo que más he trabajado. Llevo ya unos ocho años en la industria.»

A451: ¿Y cuál fue tu primer contacto con la IA?

J.C.: «Mi relación con la IA comenzó de una manera bastante precoz, un poco antes de que todo lo que tiene que ver con esta tecnología estallase. Generalmente, en el caso de la animación española, la dirección no es una profesión muy especializada, de manera que el storyboarder que más años lleva en el oficio es el que acaba dirigiendo, a diferencia de lo que ocurre en Francia, donde existe otro modelo. Entonces, cuando uno empieza en esto desde abajo, suele trabajar en muchos proyectos digitales, *preschool* y videoclips, y eso es algo que no me llenaba. Después de estudiar en La Poudrière, una escuela francesa muy orientada hacia la animación de autor, empecé a probar diferentes softwares, y fue a finales de 2019, poco antes de la pandemia, cuando me obsesioné con este mundo.»

> «Cuando entra en juego la IA, bajan los presupuestos, y los riesgos también se reducen, al tiempo que surgen más oportunidades de hacer proyectos mucho más autorales y frescos, lo que va a suponer toda una liberación para muchos artistas a la hora de poder contar sus historias.»

A451: En busca de algo así como una vía de escape creativo…

J.C.: «Efectivamente. En ese momento, no tenía trabajo, y mientras estábamos encerrados en casa, me puse a buscar algo que me permitiese hacer mis propios proyectos, como una especie de liberación creativa. Lo que no sabía es que, unos años más tarde, la IA, eso a lo que precisamente me había agarrado como una huida hacia delante, iba a ser el tema de conversación por excelencia. Jamás me habría podido imaginar que la inteligencia artificial iba a llegar a las cotas que está llegando ahora, y a las que llegará próximamente.»

A451: ¿De qué manera crees que puede ayudar la IA a un sector con unos tiempos tan largos de producción como el de la animación?

J.C.: «Yo soy de los que piensa que las mejores películas y las mejores series están escritas en cuadernos que, muchas veces, quedan abandonados en estanterías, porque lo más habitual es que proyectos con estos tiempos, estos presupuestos y estos equipos tan enormes terminen siendo inviables y no se hagan, dado que es muy difícil encontrar a gente dispuesta a asumir tantos riesgos. Entonces, cuando entra en juego la IA, bajan los presupuestos, y los riesgos también se reducen, al tiempo que surgen más oportunidades de hacer proyectos mucho más autorales y

frescos, lo que va a suponer toda una liberación para muchos artistas a la hora de poder contar sus historias. Creo que, gracias a la tecnología, vamos a poder escuchar un montón de voces que antes estaban silenciadas, y la creación artística va a salir reforzada, a pesar de todos los peros, que también están ahí. Seguramente, la IA va a afectar de una manera muy directa al mundo del trabajo, y es muy probable que precarice todavía más un sector ya muy precario de por sí.»

> *«Creo que vamos hacia una industria de la animación más creativa, pero quizás menos rentable, sobre todo cuando hablamos de entretenimiento. El mundo de la publicidad, por ejemplo, es otra historia […] Pienso que la IA va a convertirnos a todos en perfiles mucho más generalistas, antes que especializados.»*

A451: Sin duda, esta es la gran preocupación que sobrevuela hoy el debate…

J.C.: «Creo que vamos hacia una industria de la animación más creativa, pero quizás menos rentable, sobre todo cuando hablamos de entretenimiento. El mundo de la publicidad, por ejemplo, es otra historia, porque se caracteriza por procesos muy rápidos y, cada vez más, la tendencia es producir proyectos cortos para pequeñas marcas, por lo que esta herramienta es perfecta en este caso. En definitiva, pienso que la IA va a convertirnos a todos en perfiles mucho más generalistas, antes que especializados, por así decirlo.»

A451: A nivel de proyectos, ¿te atreves a hacer más previsiones a futuro?

J.C.: «Creo que pronto van a empezar a aparecer películas y series de animación íntegramente producidas con IA; de hecho, ahí está el ejemplo de 'Critterz', producción de OpenAI que se estrenará el año que viene en el Festival de Cannes. A lo largo de los últimos tiempos, siempre que ha surgido una tecnología tan disruptiva como el 3D, la captura de movimiento o, a día de hoy, la inteligencia artificial, la industria ha producido unos cuantos proyectos horribles, hasta que, de repente, termina apareciendo algo que resulta increíble; es decir, la historia correcta, con el arte correcto, narrada de una manera correcta y con la distribución correcta que la haga llegar al público. La IA va a hacer desaparecer muchas barreras técnicas, y eso va a modificar mucho los roles dentro de los estudios de animación, porque los procesos van a ser mucho más rápidos e intuitivos. No tardarán en proliferar estudios compuestos por cinco personas, en lugar de 200.»

> *«La IA va a hacer desaparecer muchas barreras técnicas, y eso va a modificar mucho los roles dentro de los estudios de animación, porque los procesos van a ser mucho más rápidos e intuitivos. No tardarán en proliferar estudios compuestos por cinco personas, en lugar de 200.»*



A451: ¿Percibes como real ese lado oscuro de la IA que tantos denuncian?

J.C.: «Esta es una cuestión con muchas aristas, como el aspecto climático, por ejemplo, y los debates, siempre polémicos, alrededor de las enormes cantidades de energía que consume una tecnología como la IA. En este momento, lo que genera una mayor preocupación es, sin duda, la vertiente legal y el tema del copyright, y creo que, en parte, con razón. Es cierto que la IA, que aprovecha imágenes de otros no como un producto, pero sí como un subproceso, se aprovecha de un vacío legal para funcionar; el problema, al final, es que casi nunca existe un demandante a efectos jurídicos, porque las marcas no pueden denunciar que les están robando su IP cuando las imágenes resultantes, aunque guardan un mismo estilo, no son exactamente de Mickey Mouse o Super Mario Bros.»

A451: Y un estilo no es algo registrable, por lo menos todavía…

J.C.: «Claro, si bien es verdad que pienso que copiar el estilo de otro de una manera muy flagrante nunca va a gustar al público. Tal y como yo lo veo, el conflicto real está en que mucha gente que utiliza estas herramientas son intrusos que se cuelgan la medalla de artistas sin venir de un contexto artístico. Hay una diferencia clara entre aquella gente, más o menos novata, que se dedica a explorar con la IA, cosa que me parece muy respetable, y un artista con el ojo entrenado y con un criterio propio, que sabe utilizar estas tecnologías para crear algo nuevo y no se conforma con copiar a otros. Por eso, si el sector se ancla tanto en la polémica, me temo que otros le van a acabar robando un espacio que le pertenece por derecho. Estamos ante algo imparable, y lo mejor que puede hacer la industria es, si no adaptarse completamente a los cambios, abrirse a la posibilidad, por lo menos, de entender cómo funcionan estos procesos y qué les pueden aportar.»

«El conflicto real está en que mucha gente que utiliza estas herramientas son intrusos que se cuelgan la medalla de artistas sin venir de un contexto artístico […] Por eso, si el sector se ancla tanto en la polémica, me temo que otros le van a acabar robando un espacio que le pertenece por derecho.»

A451: ¿Es diferente el panorama español al de otras industrias?

J.C.: «No creo que existan grandes diferencias. A nivel social, está pasando algo muy parecido en todos los lugares, y es que esa dicotomía entre fascinación y rechazo es algo universal. Últimamente, en el caso concreto de España, al tomarle el pulso a las redes sociales, me da la sensación de que los detractores cada vez son menos, al tiempo que hay cada vez más artistas que están encontrando en la IA una solución para sacar adelante sus proyectos. A nivel de industria, sí que creo que, para un sector tan precarizado como el de la animación española, la IA puede ser una solución mucho más directa; la ventaja de ser más pequeños e independientes es que nuestra capacidad para adaptarnos es mayor que la que pueden tener los gigantes de Hollywood. Y a un nivel legal, pues todo depende del órgano regulador de turno, en nuestro caso, la Unión Europea, que sigue mostrándose muy conservadora, aunque cada vez es más consciente de que hay que esforzarse más para no perder competitividad frente a mercados tan pujantes como el asiático o el americano.»

A451: ¿Piensas que sería positivo que se alcanzase un cierto consenso ético dentro del sector sobre lo que se puede o no se puede hacer?

J.C.: «En vez de ignorar deliberadamente el elefante en la habitación, que es lo que se está haciendo, creo que, sin duda, esta es una conversación que hay que tener, pero a un nivel multisectorial que implique desde la producción hasta las universidades. No hay respuestas fáciles, porque es imposible regular algo que cambia cada semana, así que tenemos un gran reto por delante. Deberíamos hablar continua y activamente sobre ello, desde luego.»

«Para un sector tan precarizado como el de la animación española, la IA puede ser una solución mucho más directa; la ventaja de ser más pequeños e independientes es que nuestra capacidad para adaptarnos es mayor que la que pueden tener los gigantes de Hollywood.»

A451: Tampoco ayudan los tiempos de las administraciones a la hora de legislar…

J.C.: «No soy nada optimista al respecto porque, a estas alturas, creo que ya no es posible aplicar ninguna regulación. Si se hubiera actuado antes, se podría haber encontrado la manera, pero es evidente que las leyes avanzan a un ritmo demasiado lento, tanto que, cuando lo comparas con lo rápido que se está desarrollando la IA, resulta incluso absurdo. Cuando aparecen, en este momento, resoluciones en las que se ha estado trabajando durante años, pues ya no son aplicables a la realidad actual. Es un esfuerzo inútil.»

A451: ¿Estás de acuerdo con que se señalen los contenidos producidos con IA?

J.C.: «Completamente, pero tanto en la industria audiovisual como en cualquier vídeo que se publique en Internet, donde esto está generando mucha desinformación. La IA debería marcarse con algún tipo de huella, como también debería identificarse el talento humano con un sello de calidad especial, de manera que incluso comprar una entrada para ver en el cine una película con una producción mayoritariamente humana resulte más caro. Si bien la IA ya es capaz de producir películas, la incógnita sigue siendo la distribución, porque los cines, al igual que televisiones y plataformas, siguen muy cerrados a estos contenidos. Todavía no se sabe dónde se van a poder ver estas obras, aunque puede que en algún momento aparezcan plataformas *low cost* de contenido hecho con IA, quién sabe.»



Javier de la Chica (The AI Revolution).

> *«A estas alturas, creo que ya no es posible aplicar ninguna regulación. Si se hubiera actuado antes, se podría haber encontrado la manera, pero es evidente que las leyes avanzan a un ritmo demasiado lento, tanto que, cuando lo comparas con lo rápido que se está desarrollando la IA, resulta incluso absurdo.»*

A451: En el caso de Contanimation, ¿en qué procesos hacéis uso de la IA?

J.C.: «De momento, Contanimation está formada por el tándem creativo que formamos Guillermo Miranda, que fue compañero mío en la carrera, y yo. Llevamos ya unos cuantos años trabajando juntos, y en este momento estamos debatiendo si dar el paso e intentar crecer un poco más para convertir la marca

Contanimation en una productora. Aunque nuestros trabajos ya cuentan con una seña de identidad a nivel visual, nuestra premisa es utilizar la inteligencia artificial para explorar e intentar encontrar estéticas que, de una manera tradicional, serían muy difíciles de conseguir. Estamos trabajando tanto en producciones propias como en servicios para otros clientes, a los que les ofrecemos la posibilidad de producir íntegramente sus contenidos mediante el uso de IA, desde la idea y la dirección artística hasta el acabado final. Dependiendo del proyecto, sí que hay veces que necesitamos la ayuda de perfiles externos, como por ejemplo, en el caso de la música y el sonido, siempre en busca de que el resultado sea lo más profesional posible.»

A451: Al cubrir tantas áreas distintas, emplearéis multitud de herramientas…

J.C.: «Efectivamente, el abanico es amplísimo. En realidad, la IA interviene en todo momento, quizá un poco menos en las fases de guion, dirección y edición, pero como es algo tan cambiante y las técnicas quedan obsoletas de un mes para otro, siempre tenemos que estar investigando, probando cosas nuevas y viendo cómo implementarlas mejor. Estar permanentemente al día sobre lo que va saliendo es una parte clave de nuestro trabajo, y claro, al final acabamos utilizando cinco o seis softwares diferentes durante la producción de un mismo proyecto, porque cada uno de ellos es bueno en un aspecto concreto.»

> *«La IA debería marcarse con algún tipo de huella, como también debería identificarse el talento humano con un sello de calidad especial, de manera que incluso comprar una entrada para ver en el cine una película con una producción mayoritariamente humana resulte más caro.»*

A451: Ha dado mucho que hablar vuestro último spot para Alain Afflelou, calificado como el primero íntegramente producido con IA en España…

J.C.: «Ya habido ejemplos de otros artistas anteriormente, pero creo que este spot es especialmente vanguardista y, de alguna manera, abre el camino. Este proyecto lo hemos producido junto a Xiaolongbao, que es una agencia que acaba de nacer, aunque el trabajo lo hemos coordinado directamente con el cliente. Después de hacer unas cuantas pruebas de imagen real y animación, optaron por esta última estética, y a partir de ahí, nos han dado carta blanca. La IA ha intervenido en casi todos los procesos, pero en algunos, lo ha hecho de una manera bastante casual. La creatividad es cien por cien humana, y creo que el desafío más grande a la hora de afrontar un proyecto como este, en el que no te puedes permitir experimentar como en los cortos que hacemos, es conseguir que la consistencia de los personajes sea absoluta, una tarea que siempre es complicada. La suerte es que, justo en ese momento, apareció la nueva herramienta Google Nanobanana, que nos ha permitido dotar a nuestros personajes de esa coherencia que buscábamos, en todos los planos.»

A451: Y probablemente, en pocos meses, semanas o incluso días, saldrá otra herramienta nueva que la superará, así es como funciona esto…

J.C.: «Seguro, aunque el trabajo de dirección artística siempre va a estar ahí, como lo ha estado en el caso de este anuncio. Ha sido muy difícil lograr, no solo que los personajes no cambien entre un plano y otro, sino que todos ellos coexistan en un mismo universo, porque todavía no hemos domado la IA en ese sentido. Pero sí, estas herramientas han intervenido en prácticamente todos los procesos, incluida la música y las locuciones.»

> *«Nuestra premisa es utilizar la inteligencia artificial para explorar e intentar encontrar estéticas que, de una manera tradicional, serían muy difíciles de conseguir. Estamos trabajando tanto en producciones propias como en servicios para otros clientes.»*

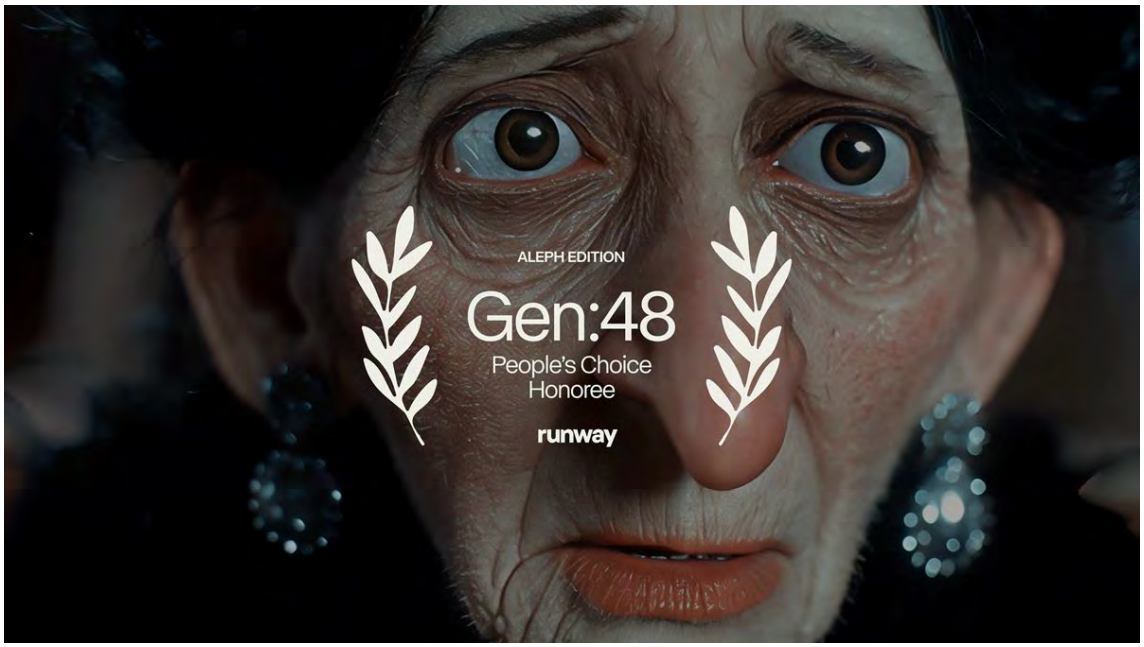
A451: Hay quien puede pensar que lo que habéis hecho es pulsar un botón y el resultado final ya estaba ahí, pero nada más lejos de la realidad…

J.C.: «A pesar de que hay todo un proceso detrás, nuestro trabajo siempre parece un truco de magia a ojos del cliente, porque, en pocos días, pasan de imaginarse el proyecto en un pitch a tener el resultado final sobre la mesa. La realidad es que la producción de este spot ha conllevado un trabajo bastante demandante, que nada tiene que ver con la animación tradicional; contábamos con poco tiempo, éramos pocas personas y la dirección artística ha sido muy compleja. Se ha comparado nuestro estilo con el de Pixar, y tiene todo el sentido, pero una IA puede generar estéticas que, aún pareciéndose a lo que hace Pixar, terminan siendo muy feas, mientras que nosotros hemos conseguido aportar una coherencia.»

A451: ¿El sector de la publicidad representa ahora mismo un porcentaje importante de vuestro trabajo o esperáis que vaya a más?

J.C.: «La verdad es que este anuncio ha hecho un montón de ruido, mucho más que nuestros cortos, desde luego, y eso nos ha sorprendido, pero nuestro principal motor no es trabajar en este tipo de proyectos. Estamos tratando de encontrar nuestro espacio en el mundo del entretenimiento, ofreciendo productos de alta calidad, porque no queremos sobresalir por lo rápidos y baratos que somos, sino por aportar un valor añadido en términos artísticos. Por eso, creo que estamos siendo bastante selectivos a la hora de escoger proyectos que, además de resultar económicamente rentables, nos permitan desarrollarnos como artistas, explorar y hacer cosas nuevas, sin caer en clichés.»

> *«La IA ha intervenido en casi todos los procesos, pero en algunos, lo ha hecho de una manera bastante casual. La creatividad es cien por cien humana, y creo que el desafío más grande a la hora de afrontar un proyecto como este, en el que no te puedes permitir experimentar como en los cortos que hacemos, es conseguir que la consistencia de los personajes sea absoluta.»*



‘Ausencia’ (Runway Gen48).

A451: ¿Qué puedes contarnos de tus próximos proyectos?

J.C.: «Por el lado de la ficción, ahora estamos intentando terminar un corto un poco más largo y depurado que nuestra última producción, ‘Ausencia’, que fue algo que hicimos en el marco de Gen48, un festival en el que dispones de 48 horas para entregar un corto. Este es un concurso en el que siempre nos ha ido bastante bien, porque hemos participado cuatro veces y, aunque no hemos conseguido nunca el primer premio, hemos estado en el palmarés en tres de esas cuatro ediciones. Es algo que nos encanta porque consiste en juntarse un fin de semana a ver qué pasa, sin tener ni idea del corto que vamos a tener el lunes, y en el caso de ‘Ausencia’, estamos muy contentos con el resultado, pero siempre nos gusta reposar un poco más las cosas para intentar repensar lo que hacemos.»

A451: ¿Contempláis en este momento el salto al largometraje?

J.C.: «Estamos empezando a explorar formatos más largos de producción propia con nuestros cortos como inspiración, aunque no puedo contar mucho todavía. Ahora mismo, estamos pitcheando un posible proyecto de largo, aunque seguimos dándole vueltas al formato en busca de la ventana idónea, por lo que podría ser una serie también.»

> *«Este anuncio ha hecho un montón de ruido, mucho más que nuestros cortos, desde luego, y eso nos ha sorprendido […] Estamos tratando de encontrar nuestro espacio en el mundo del entretenimiento, ofreciendo productos de alta calidad, porque no queremos sobresalir por lo rápidos y baratos que somos, sino por aportar un valor añadido en términos artísticos.»*

Madrid superó en 10 meses la cifra de rodajes de todo 2024

Madrid ya ha superado en lo que va de 2025 la cantidad de rodajes realizados en su territorio durante todo el año pasado.



En conversación con Cveintiuno, Raúl Torquemada, director de la Madrid Film Office, reveló que en 2024 la capital española albergó 41 largometrajes, 53 series y más de 430 anuncios, y que en lo que va de 2025 ya se completaron 46 películas.

La tendencia es especialmente alentadora si se considera la caída de la inversión extranjera en producciones audiovisuales en España durante 2024, según datos de Profilm.

Raúl Torquemada

Durante el Shooting Locations Marketplace, mercado celebrado la semana pasada en Valladolid, Torquemada apuntó que el ritmo de rodajes en Madrid mantiene un pulso positivo.

"El año pasado ofrecimos 3.853 asistencias específicas en materia de búsqueda de localizaciones, de orientación y apoyo a la gestión de permisos, coordinación y mediación con otras instituciones, áreas del ayuntamiento y demás. Y esa cifra supuso un 18% de incremento con respecto al año anterior", dijo.

Entre los rodajes más destacados de los últimos meses figuran grandes producciones internacionales como 'Day Drinker', protagonizada por Johnny Depp y Penélope Cruz, o 'The Beast', con Samuel L. Jackson. También sobresalen coproducciones hispano-mexicanas, como las series 'La increíble historia de Julia Pastrana' (Disney+) y 'Isla brava' (producida por Onza para ViX) o la película dirigida por Diego Luna 'Ceniza en la boca'.

Torquemada subrayó que el atractivo de Madrid para las producciones audiovisuales refleja fortalezas compartidas por toda España: “Madrid es el epicentro, es el puente de unión con Latinoamérica y con otros países de Europa. En nuestro país hay muchísimas localizaciones tan diversas y eso es lo que lo hace único. Y además desde Madrid es muy fácil llegar a cualquier otro territorio. Eso es algo que tenemos que vender todos los territorios que conforman nuestro país: que con cuatro a seis horas puedes estar de una punta a otra con multitud de localizaciones”.

Para el responsable de la Madrid Film Office, el talento, los precios competitivos y el apoyo institucional son factores clave para el posicionamiento internacional de la ciudad.

Sin embargo, identificó tres grandes áreas de mejora: la descentralización, la convivencia con el ciudadano y la recopilación de datos.

“Hay lograr trasladar que hay 21 distritos y que cada uno tiene su personalidad, su arquitectura, su ambiente, su forma de vida. Trasladar también al ciudadano la importancia de esta industria, de esa convivencia. Que el ciudadano conozca la importancia de esta industria y la industria conozca también las necesidades del ciudadano. Y luego, la búsqueda del dato, saber cuál es el impacto directo o indirecto inducido que genera esta industria”, enumeró.

En ese sentido, la Film Office ha firmado un acuerdo con la Universidad Autónoma de Madrid, que está realizando un estudio de impacto económico cuyos resultados estarán disponibles entre diciembre y enero

Otro objetivo clave es continuar mejorando los incentivos fiscales para la capital y para todo el territorio español. No obstante, Torquemada considera que Madrid mantiene una posición competitiva a nivel europeo.

“Madrid ofrece unos precios muy competitivos si lo comparamos con otras capitales de Europa, como París o Londres. Y, por otra parte, gracias a la industria y al apoyo institucional hemos sido capaces de que cualquier proyecto de gran envergadura audiovisual se pueda desarrollar en la ciudad de Madrid. La ciudad y toda la región ofrecen una gran variedad de localizaciones. Más allá de la M30 hay mucho más por descubrir”, afirmó.

De cara al futuro, Torquemada apuesta por consolidar el papel de Madrid como un polo audiovisual de referencia y seguir fortaleciendo su imagen internacional, para que el mundo asocie a la ciudad con “talento, profesionalidad, industria, trabajo en equipo y seguridad”.

Juan José Torres Negreira 20-10-2025

Cveintiuno

RTVE se suma a la ola del streaming en directo de la mano de El Terrat



Los rostros de ‘Open Play’

RTVE Play, la plataforma digital de la televisión pública española, emitirá de lunes a jueves más de cuatro horas de programación original en directo.

Definido como “una nueva forma de entender el entretenimiento que combina lo mejor de la televisión, el podcast y el streaming”, el espacio titulado ‘Open Play’ debutará este 22 de octubre a las 18:30 horas.

El lanzamiento sigue la tendencia convertida en fenómeno en Argentina, y que se encuentra en expansión en mercados como Estados Unidos, México y Brasil.

‘Open Play’ está producido por El Terrat (The Mediapro Studio) y cuenta con Ángela Fernández, Lara Palma y Taka Gómez como conductores, y con Inés Hernand a cargo de una sección fija de repaso de la actualidad con “una mirada irónica y ácida”.

El programa en vivo combinará entrevistas, actualidad y participación del público, que podrá enviar ideas y mensajes en directo. Dentro del formato habrá videopodcasts como ‘El Brain: la fábrica de ideas’, donde un equipo

de guionistas liderado por Marina Lobo diseñará los contenidos de un programa de humor ficticio en tiempo real.

La parrilla también integrará espacios semanales de humor, de la mano de creadores como Miguel Maldonado, Ignatius Farray y Luis Fabra.

‘Open Play’ se podrá seguir en directo en RTVE Play y en su canal de YouTube.

Pina Mezzera 20-10-2025

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

PAÍS: España
PÁGINAS: 41
AVE: 45450 €
ÁREA: 215 CM² - 45%

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

21 Octubre, 2025





Los jugadores del Barcelona y el Girona, durante el parón en su encuentro liguero. ALBERTO ESTÉVEZ (EFE)

El partido de Miami convierte el fútbol español en un volcán

El Villarreal-Barcelona en EE UU enfrenta a LaLiga con la AFE y al CSD con la Federación

L. J. M.
Londres

La disputa del Villarreal-Barcelona en Miami el 20 de diciembre se ha convertido en un volcán de consecuencias impredecibles. LaLiga, el sindicato de futbolistas (AFE), la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) y el Consejo Superior de Deportes (CSD) están a la espera de sus respectivos próximos movimientos, que pueden terminar de dinamitar la celebración del encuentro en territorio estadounidense. Después de los parones al inicio de los partidos de la jornada que concluyó ayer, los jugadores, bajo la tutela de la AFE, siguen dispuestos a tomar medidas no solo ante lo que consideran una falta de información y de transparencia de la patronal respecto al que sería el primer partido disputado fuera de España en la historia de la Liga.

El conflicto también tiene visos de extenderse a la convocatoria de la comisión paritaria propuesta por LaLiga para el próximo viernes 24 de octubre. El presidente del colectivo de jugadores, David Aganzo, envió ayer una carta a la patronal en la que acepta reunir a la citada comisión de la que forman parte la patronal y el sindicato, pero propone el cónclave para el miércoles 22, día en el que se comercializa el taquillaje del controvertido encuentro. Aganzo quiere sentarse frente a Tebas para comunicarle que no está de acuerdo con los dos puntos que esgrime LaLiga para convocar a la comisión paritaria: aclarar que la iniciativa de jugar en Miami es de la promotora estadounidense Relevent y recalcar que el parón en los inicios de los partidos fue una medida que no cumplió con la normativa ni las garantías del derecho a huelga. La AFE considera que la iniciativa del partido de Miami es, cuando menos, una responsabilidad de LaLiga compartida con Relevent, con la que tiene firmado una *joint-venture* que le garantiza un mínimo de 2.000 millones de euros en 15 años. A su vez, el sindicato no cree que el parón de 15 segundos pueda ser calificado de huelga. En realidad, la AFE quiere aprovechar la reunión de la comisión paritaria, si llegara a celebrarse, para plantear una mesa de negociación. Al cierre de esta edición, LaLiga aún no había contestado a la propuesta del sindicato de sentarse el día 22.

Los jugadores se sienten ninguneados por la falta de información y su descontento alcanzó la indignación por la ocultación de las imágenes del primer parón en el partido del pasado viernes entre el Oviedo y el Espanyol. La señal la distribuye LaLiga y aunque la censura fue rebajándose el sábado y el domingo ante las quejas recibidas y el desprestigio que supuso para los operadores (Movistar y Dazn), los futbolistas no descartan seguir con las medidas en la semana del clásico. El amplificador mundial que supondría un parón en el Santiago Bernabéu en los primeros segundos del encuentro juega a su favor.

A dos meses de la disputa del encuentro de Miami, también falta por saber si el CSD frenará o no la iniciativa del partido. Motivado por un escrito del Real Madrid en el que se denuncia que la iniciativa vulnera el principio de neutralidad de la competición, el organismo que preside José Manuel Rodríguez Uribes envió hace dos semanas una reclamación de información a la Federación en la que le solicitaba el encaje legal que le ha otorgado al partido para no desautorizarlo y solicitar a la UEFA su consentimiento.

La RFEF respondió ayer al CSD solicitando el expediente que contiene el escrito del Real Madrid. Para la AFE, la demanda del expediente es una estrategia federativa para dilatar el proceso que puede derivar en la suspensión del encuentro de Miami. El presidente de la RFEF, Rafael Louzán, va de la mano de Tebas en la creencia de que jugar en Estados Unidos beneficiará al fútbol español en general en la conquista de un mercado muy apetecible.

El volcán generado está en fase de ignición en un contexto en el que ayer el CSD elevó al TAD una denuncia de Miguel Galán en la que pide la inhabilitación de Tebas por haber vulnerado la confidencialidad de las cuentas del FC Barcelona.

LALIGA

LaLiga avisa a los capitanes que "cuantificará los daños" de la protesta

El sindicato no tiene miedo a la advertencia de la patronal y hablará con los jugadores una vez acabe la jornada para ver qué paso dan.



Ruby Arés Actualizado a 20 de octubre de 2025 22:04 CEST

El conflicto LaLiga-capitanes todavía no está cerca de solucionarse. El intercambio de cartas llevado a cabo este lunes no apacigua los ánimos entre los futbolistas, tal vez lo contrario. Tras el parón de 15 segundos en todos los partidos, como medida de protesta por los jugadores, LaLiga ha advertido que va a "cuantificar los daños" de la acción para tomar medidas. Un mensaje que no ha gustado nada entre los capitanes. El sindicato AFE afirma no temer por la advertencia ya que el gesto estaba medido para que no tuviera consecuencias legales.

Las tensiones se siguen llevando a cabo a través del género epistolar y el careo entre las partes sigue cerrase. AFE envió una misiva a LaLiga este lunes para aceptar una reunión de la Comisión Paritaria, pero adelantando la fecha propuesta del viernes al miércoles. Quieren que la reunión sea cuanto antes para avanzar en este asunto. Por otro lado, la institución presidida por Javier Tebas ha enviado otra misiva en la que insistía en verse, pero dejando dos detalles. El primero es mostrando predisposición a informar a los jugadores, aunque con peros... Y es el de no saltarse su deber de confidencialidad en los acuerdos. Lo que se ve desde el sindicato como que no van a compartir la información que de verdad reclaman los jugadores. Aunque afirman que no tirarán la toalla.

Por otro lado, LaLiga ha comunicado a los jugadores que va "cuantificar los daños de la protesta" que han llevado a cabo durante los 15 segundos de parón en la 9º jornada de Primera División. Una advertencia que no hace temer a los futbolistas, ya que desde AFE tenían totalmente medido el gesto y afirman que no habrá consecuencias legales. "No tiene ningún recorrido", afirman.

Aunque esta advertencia no ha sentado nada bien a los capitanes. Lo que consideran otra presión hace su colectivo. No les gustó la censura que se llevó a cabo desde la retransmisión televisiva para que no se viera (aunque luego fueron innovando con planos que hacían difícil su visión). Tampoco los mensajes recibidos el jueves para recularon en la intensión de llevar a cabo esos parones. Son un cúmulo de circunstancias que enfada cada vez más a los jugadores. Y ahora les toca decidir. Porque una vez concluido el Alavés-Valencia, AFE volverá a hablar con los capitanes para acordar cuál es el siguiente paso. LaLiga ya ha comunicado que no cumplirá con el requisito que demandan los capitanes para sentarse: retrasar la venta de entradas. La preventa arranca este martes y el miércoles ya la venta. La patronal dice no tener competencias y asegura que esa petición demuestra la "mala fe" de AFE.

Los capitanes tendrán que decidir si se sientan con LaLiga pese a no aceptar frenar la comercialización. Una petición que realizaban para que no fuera utilizada por la patronal como medida de presión. Y en qué fecha. Ya que, aunque LaLiga insista en la Comisión Paritaria con AFE, los capitanes exigen otra mesa de negociación con todas las partes involucradas en el proyecto.

DAZN entra en la guerra de precios por el fútbol: rebaja a la mitad su plan para ver LaLiga

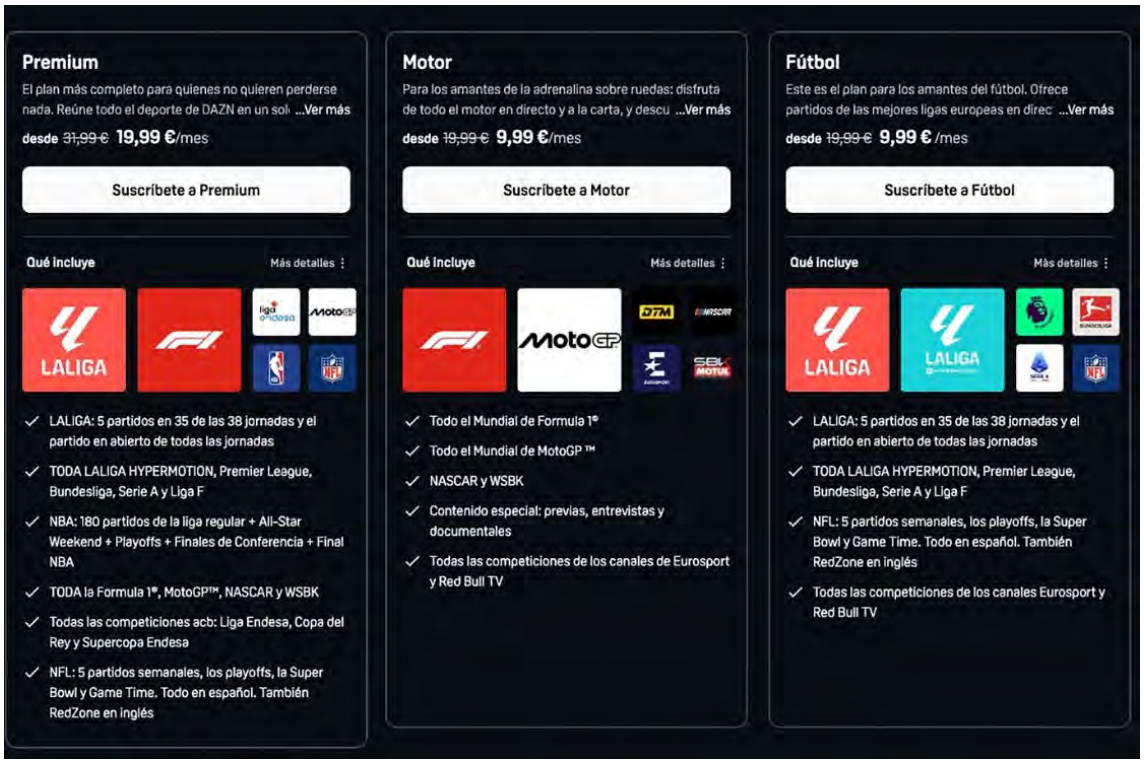
- DAZN aprovecha el clásico de LaLiga para rebajar sus planes de suscripción
- El plan para ver el fútbol cae a la mitad de su precio



Iván Linares 20 octubre 2025

Con unos precios para ver todo el fútbol que fueron subiendo con el paso de los años, los operadores que tienen los derechos apuestan por ofertas puntuales para incentivar las altas. Movistar y Orange lo hicieron recientemente. Y ahora le llega el turno a DAZN: la plataforma de deportes rebaja en España tres de sus mejores planes.

Un importante ahorro. DAZN tiene disponibles diferentes planes de suscripción dependiendo del tipo de deporte que quiera ver el usuario. Son cinco planes en total. De ellos, tres están rebajados, incluyendo los de fútbol.



Estos son los planes en oferta y lo que cuestan por mes:

- **DAZN fútbol**. De las suscripciones más populares y la que más cae: de los 19,99 euros habituales a solo 9,99 euros. Son 5 partidos de LaLiga semanales y toda LaLiga Hypermotion.
- **DAZN motor**. Para aquellos que pasen del fútbol y sí quieran disfrutar de toda la F1, MotoGP y competiciones como la Nascar. De 19,99 euros a 9,99 euros en oferta.
- **DAZN premium**. La mejor suscripción de todas: de 31,99 euros en su precio normal a 19,99 euros rebajado. Incluye lo de los planes anteriores además de la NBA, la NFL y todas las competiciones de la ACB.

Precios para el año de suscripción. Las rebajas van del 50 % en los planes fútbol y motor al 37,5 % en el pan de DAZN premium. Todos estos costes son para suscripciones anuales y con compromiso de permanencia por un año:

- **DAZN fútbol**: 9,99 euros al mes o 109,99 euros anual (19,99 y 219,99 euros sin oferta).
- **DAZN motor**: 9,99 euros al mes o 109,99 euros anual (19,99 y 219,99 euros sin oferta).
- **DAZN Premium**: 19,99 euros al mes (39,99 euros sin oferta).

El plan premium no tiene descuento en la tarifa anual: la suscripción solo es apta para los pagos mensuales. Eso sí, el compromiso sigue siendo de un año, hay que tenerlo en cuenta.

El clásico más barato. La oferta de DAZN es perfecta para disfrutar del próximo Real Madrid Vs. Barcelona: el domingo 26 de octubre se juega el clásico de LaLiga. Con el plan DAZN fútbol y DAZN premium podrá verse el partido en directo.

Xataka móvil

DAZN presenta a su equipo para la NBA y el calendario de partidos de octubre y noviembre



- **El equipo de narradores y comentaristas incluye nombres propios del baloncesto como Fran Guillén, Gonzalo Vázquez, Atiga, Pedro Bonofiglio, Juanma Rubio y Javier Machicado**
- **La plataforma da a conocer los encuentros que ofrecerá durante las próximas semanas, incluidos los duelos de la jornada inaugural (la noche del 21 al 22 de octubre) entre Houston Rockets vs Oklahoma City Thunder y Golden State Warriors vs Los Angeles Lakers**
- **Durante los meses de octubre y noviembre los aficionados podrán disfrutar de más de 40 encuentros en directo y a la carta**

- **Además de los partidos de temporada regular, DAZN ofrecerá en directo el NBA All-Star, los Playoffs, las Finales de Conferencia y a la carta las 2026 NBA Finals**
- **El mejor basket se vive en DAZN por 4,99 €/mes con el plan Made in USA, o por 9,99 €/mes con el plan Baloncesto, que incluye también todas las competiciones acb**

MADRID, 20 de octubre de 2025 – DAZN, la plataforma global líder de entretenimiento deportivo, arranca la temporada 2025/26 de la NBA con el mejor equipo de expertos y una programación repleta de partidos en directo durante los meses de octubre y noviembre. La mejor liga de baloncesto del mundo comienza la noche del 21 al 22 de octubre con dos grandes duelos, el Houston Rockets vs Oklahoma City Thunder (previa 1:15) y el Golden State Warriors vs Los Angeles Lakers (4:00), que DAZN emitirá en exclusiva en nuestro país.

Durante las primeras semanas de la temporada, los aficionados podrán disfrutar en la plataforma de algunos de los enfrentamientos más atractivos del calendario. DAZN ofrecerá en directo partidos de franquicias históricas y nuevas potencias de la liga, con choques que prometen espectáculo como el Cleveland Cavaliers vs New York Knicks (23 de octubre, 1:00h), el San Antonio Spurs vs Dallas Mavericks (23 de octubre, 3:30h), el Boston Celtics vs Philadelphia 76ers (12 de noviembre, 2:00h) o el Denver Nuggets vs Golden State Warriors (24 de noviembre, 4:00h). Durante los meses de octubre y noviembre DAZN ofrecerá en directo más de 40 encuentros de la NBA.

La nueva temporada arranca en DAZN con una cobertura especial para su jornada inaugural. La plataforma ofrecerá el Houston Rockets vs Oklahoma City Thunder en la madrugada del 22 de octubre, con una previa en directo desde las 1:15 para no perder detalle de la ceremonia de entrega de anillos de campeón a Oklahoma. El encuentro contará con la narración de Fran Guillén y los comentarios de Gonzalo Vázquez, quienes acercarán a los aficionados toda la emoción de la apertura oficial de la temporada.

Un equipo de voces de referencia

DAZN reunirá esta temporada a un equipo de expertos de primer nivel para seguir la mejor liga de baloncesto del mundo. Entre los narradores, estarán Fran Guillén, David Pérez Pacios, Edu Salán, Pedro Bonofiglio, Gerard Solé, Javier Carrasco y Pepe Rodríguez, encargados de poner voz y ritmo a los encuentros en la plataforma.

El análisis correrá a cargo de Gonzalo Vázquez, Juanma Rubio, Javier Machicado, Víctor Arrufat, Atiga Suleiman y Sergi Concha, un grupo de analistas que aportará su conocimiento a las retransmisiones, combinando experiencia, rigor y pasión por el baloncesto.

Además de la cobertura en directo, los usuarios de DAZN podrán acceder a todos esos partidos a la carta, resúmenes y contenidos especiales para revivir los mejores momentos de cada jornada, así como disfrutar en directo del NBA All-Star, los Playoffs, las Finales de Conferencia y a la carta las 2026 NBA Finals.

NBA, acb y las mejores competiciones, ahora en DAZN

La NBA se vive en DAZN con el plan Baloncesto, la propuesta más completa para los fans de este deporte. Este plan ofrece 180 partidos de liga regular de la NBA, incluyendo también encuentros en directo de Playoffs, Finales de Conferencia, NBA All-Star, el NBA Draft, y a la carta las 2026 NBA Finals, además de todas las competiciones acb (Liga Endesa, Copa del Rey y Supercopa Endesa) en directo y a la carta. Todo ello, disponible por 9,99 €/mes (suscripción anual con pago fraccionado), 14,99 €/mes sin permanencia, o 109,99 €/año (pago único).

Asimismo, los aficionados al deporte americano pueden optar por el plan Made in USA, que reúne en un mismo paquete la NBA, la NFL y la NASCAR. Una propuesta pensada para los seguidores de estas competiciones que buscan seguirlas de un modo accesible por solo 4,99 €/mes (suscripción anual con pago fraccionado), 7,99 €/mes sin permanencia o 54,99 €/año (pago único)

Además, todos los planes de DAZN se pueden disfrutar con la Tarifa Joven -30, que ofrece un 30% de descuento a los usuarios de entre 18 y 30 años. De esta manera, los más jóvenes pueden acceder a una amplia programación deportiva a un precio más asequible, con la flexibilidad que ofrece la experiencia digital de DAZN.

El calendario completo de la NBA en DAZN durante octubre y noviembre (en directo y a la carta):



Octubre:

- Noche del 22 Oct | Previa 01:15 | Houston vs Oklahoma City
- Noche del 22 Oct | 04:00 | Golden State vs L.A. Lakers
- Noche del 23 Oct | 01:00 | Cleveland vs New York
- Noche del 23 Oct | 03:30 | San Antonio vs Dallas
- Noche del 24 Oct | 01:30 | Oklahoma City vs Indiana
- Noche del 24 Oct | 04:00 | Denver vs Golden State
- Noche del 26 Oct | 23:00 | Milwaukee vs Cleveland
- Noche del 29 Oct | 01:00 | New York vs Milwaukee
- Noche del 29 Oct | 04:00 | LA Clippers vs Golden State
- Noche del 30 Oct | 00:00 | Cleveland vs Boston
- Noche del 30 Oct | 02:30 | L.A. Lakers vs Minnesota

Noviembre:

- Noche del 01 Nov | 22:00 | Sacramento vs Milwaukee
- Noche del 03 Nov | 00:00 | Atlanta vs Cleveland
- Noche del 04 Nov | 02:00 | Dallas vs Houston
- Noche del 05 Nov | 01:00 | Orlando vs Atlanta
- Noche del 05 Nov | 05:00 | Oklahoma City vs LA Clippers
- Noche del 06 Nov | 01:30 | Minnesota vs New York
- Noche del 06 Nov | 04:00 | San Antonio vs L.A. Lakers
- Noche del 10 Nov | 01:00 | Oklahoma City vs Memphis
- Noche del 11 Nov | 02:30 | Milwaukee vs Dallas
- Noche del 12 Nov | 02:00 | Boston vs Philadelphia
- Noche del 12 Nov | 04:00 | Golden State vs Oklahoma Cit
- Noche del 13 Nov | 01:30 | Memphis vs Boston
- Noche del 13 Nov | 04:30 | L.A. Lakers vs Oklahoma City
- Noche del 16 Nov | 02:00 | Denver vs Minnesota
- Noche del 17 Nov | 01:00 | Orlando vs Houston
- Noche del 18 Nov | 01:00 | Milwaukee vs Cleveland
- Noche del 19 Nov | 02:00 | Memphis vs San Antonio
- Noche del 20 Nov | 01:00 | Golden State vs Miami
- Noche del 20 Nov | 03:30 | New York vs Dallas
- Noche del 21 Nov | 02:00 | LA Clippers vs Orlando
- Noche del 22 Nov | 23:00 | New York vs Orlando
- Noche del 24 Nov | 01:00 | LA Clippers vs Cleveland
- Noche del 25 Nov | 01:00 | Cleveland vs Toronto
- Noche del 26 Nov | 03:30 | Houston vs Phoenix
- Noche del 26 Nov | 02:00 | Orlando vs Philadelphia

- Noche del 26 Nov | 04:30 | LA Clippers vs L.A. Lakers
- Noche del 26 Nov | 23:00 | Detroit vs Boston
- Noche del 28 Nov | 01:00 | Minnesota vs Oklahoma City
- Noche del 28 Nov | 03:00 | Houston vs Golden State
- Noche del 29 Nov | 23:00 | Boston vs Minnesota
- Noche del 01 Dic | 01:00 | San Antonio vs Minnesota

2Playbook

Grup Mediapro también producirá para Prime Video la señal en español de la NBA en Latinoamérica

El grupo gestionará desde Ciudad de México la personalización audiovisual de más de 200 partidos de la NBA para los países hispanohablantes de América a partir del 21 de octubre. Grup Mediapro también se encarga de la producción audiovisual en España.



2Playbook 20 de octubre de 2025

Grup Mediapro producirá la señal audiovisual de la NBA en español para los países de habla hispana de Latinoamérica a través de Prime Video. El servicio, que se coordinará desde el centro de producción de Ciudad de México, se activará el 21 de octubre.

Además, Prime Video también ha confiado en Grup Mediapro para la personalización de más de 100 partidos de la NBA en España durante la temporada, con un despliegue técnico desde su centro de producción en Barcelona. En cuanto al3acuerdo para Latinoamérica,

Mediapro North America, filial del grupo en el continente, ha sido seleccionada por Prime Video para esta producción, que permitirá ver los partidos en español en 19 países, incluido Estados Unidos para la audiencia hispana. El proyecto contempla la personalización de más de 200 partidos para América y más de 100 para España.

El grupo ha dispuesto en su sede mexicana cabinas de comentaristas y un plató con la última tecnología para producir programas previos y posteriores a los encuentros. Además, contará con comentaristas de primer nivel y reporteros a pie de campo en los partidos más destacados. Según se detalla en el comunicado, la experiencia de Mediapro en la gestión de señales HDR y producción virtual en directo ha sido determinante para la adjudicación del proyecto.

Grup Mediapro, con más de 25.000 producciones deportivas anuales, trabaja en América desde hace más de 25 años y presta servicios a confederaciones como FIBA, UEFA, FIFA, CAF, CONMEBOL, CONCACAF y AFC.

SUR EL PERIODICO DE MALAGA

PAÍS: España
PÁGINAS: 35
AVE: 3341 €
ÁREA: 94 CM² - 30%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 5929
OTS: 62000
SECCIÓN: DEPORTES

21 Octubre, 2025



Las audiencias del baloncesto, fuera del radar

El Unicaja-Barcelona, choque estrella de la jornada, no estuvo entre los 20 programas más vistos entre las cadenas temáticos de pago

JUAN CALDERÓN



MÁLAGA. La Liga ACB ha emigrado esta temporada de Movistar a DAZN después de una década en la plataforma de Telefónica. El nuevo operador, que ya emitió en abierto las semifinales de la Supercopa jugada en Málaga, ofrece el encuentro más destacado de cada jornada el domingo a las 19.00 horas. El choque elegido para cerrar el fin de semana fue el Unicaja-Barcelona jugado en el Palacio de los Deportes. De momento, según los datos que ofrecen los distintos portales especializados, a DAZN le está costando arrancar con la Liga ACB. La transición al nuevo operador debía estar acompañada con la entrada de Radio Televisión Española emitiendo un partido en Teledeporte o La2 cada fin de semana, pero el acuerdo no se ha cerrado y la cadena pública no ha ofrecido el encuentro previsto, que debía ser el domingo a las 12.30 horas.

Este respaldo de la cadena pública debía ser clave para visualizar más el baloncesto, algo que beneficiaría también a DAZN, que lanzó una atractiva oferta para ver los encuentros de la ACB por 9,99 euros mensuales. Ahora incluso está ofreciendo un partido en abierto con el único requisito de registrarse en su plataforma.

De este modo, ninguno de los tres encuentros estrella de la jornada han aparecido entre los 20 espacios más vistos en las televisiones de pago. Por ejemplo, el Unicaja-Barcelona del pasado domingo es un buen ejemplo. A pesar de ser un clásico del baloncesto nacional pasó casi desapercibido y los portales especializados no lo incluyen entre los veinte programas con más seguimiento entre las plataformas temáticas de pago, como es el caso de DAZN. El último puesto de ese listado el pasado domingo lo ocupa el Celta de Vigo-Real Sociedad, que fue ofrecido por Movistar y que contó con una audiencia de 49.000 espectadores. El programa estrella del día fue el Getafe-Real Madrid, que logró un 5,6% de cuota de pantalla y contó con 710.000 espectadores en LaLiga TV por Movistar Plus+, más otro 3,8% y 482.000 espectadores en Movistar Plus+, según datos que ofrece el portal 'FormulaTV', especializado en audiencias.

Los dos partidos más vistos hasta ahora han sido los de la Liga U22 en Teledeporte, uno de ellos el Madrid-Unicaja Alhaurín de la Torre

Curiosamente, el partido de baloncesto más visto en lo que va de temporada fue el estreno de la Liga U22 en Teledeporte que disputaron el Real Madrid y el Unicaja Alhaurín de la Torre el pasado día 10. El encuentro fue seguido por 50.000 espectadores y contó con una cuota de pantalla del 0,7% entre las 18:32 y las 20:08. Ese día, el espacio más visto en el canal temático de RTVE fue el partido amistoso sub 21 España-Noruega, que tuvo una audiencia de 136 espectadores.

Estos datos confirman la importancia que tendría la entrada de Teledeporte en la emisión de partidos de la Liga ACB y que fue una de las causas por las que los clubes decidieron dejar Movistar para firmar con DAZN. El segundo partido de la Liga U22 ofrecido por Teledeporte, el CB Canarias-Barcelona, también tuvo una audiencia de 50.000 espectadores.Ha pasado sólo un mes desde que DAZN comenzó con las retransmisiones de baloncesto y a muchos aficionados les está costando hacer la transición desde Movistar, que todavía está ofreciendo la Euroliga masculina y femenina. Muchos usuarios de Movistar no pueden comprar el paquete de baloncesto de DAZN por medio de su contrato, por lo que deben crear una cuenta nueva, que es un problema que también está frenando esa transición.

VARIETY

Oct 17, 2025 8:30am PT

NBA Joins Cluster of Sports Outlets Trying to Help Fans Find Growing Array of Streaming Games

By Brian Steinberg



Stephen Curry #30 and LeBron James #23

Where can I find my favorite NBA team's next game as more media outlets pick up professional basketball? The league wants to help.

With just days to go before the start of its next season, the NBA is launching a new effort that will help fans find the game they want to watch, including local games as well as national games available on Disney's ESPN and ABC; NBCUniversal's NBC and Peacock; and Amazon's Prime Video.

"We are really focused on making sure fans know where to find our games," says Sara Zuckert, an NBA senior vice president who oversees the league's mobile app. "We recognize this season for them has two great new media partners, but that may leave fans not necessarily knowing where our games are."

The NBA launches new “Tap to Watch” technology as its games move to streaming platforms in bulk, thanks to new deals struck with NBCU and Amazon, which will showcase a wide range of games previously allocated to Warner Bros. Discovery and Disney. Fans using the NBA App, NBA.com and team apps and websites will be shown how to access game telecasts not only through local and national rightsholders, but digital platforms including Google, Meta, X, Snap, Reddit, Roku and Dapper Labs.

“The live game is the core of the NBA fan experience,” says Zuckert, who describes making access easier to digital audiences as “essential.” The technology will take fans to the platform showing a game, and if t they are not subscribers, help them through that process.

The NBA isn’t the only sports entity interested in such stuff. ESPN in August of last year tried to prove its utility to all fans by unveiling a “Where to Watch” search feature in its mobile app and website that would do something every sports aficionado has craved since Amazon nabbed rights to stream portions of the NFL’s “Thursday Night Football” in 2017: help die-hards increasingly frustrated in their efforts to find their favorite teams as sports began to stream across new broadband giants, league-owned outlets and regional venues.

I think that’s going to be a real priority for all of us is just making sure that people know where to go. You’re going to have — there’s 40 percent more national games than last year, but people have to know where to get them,” said Tim Corrigan, senior vice president of sports production at Disney’s ESPN, in a conference with journalists earlier this week. “That’s going to be a big responsibility on all three of the partners, as well as the league to beat that drum and make sure people know people know where to go to get this because the additional over the air on ABC and NBC is a big deal, and is going to be more available and some of the streaming are going to be things that really need to be — we need to drive folks and let them know where to go.”

Such efforts highlight the growing importance of tracking sports as rights deals become increasingly spread out among different venues. With sports standing as the only TV format that seems able to attract the large, simultaneous audiences that advertisers and distributors crave, the fees to keep them on air have gone from eye-popping to exorbitant. With prices so high, media companies are narrowing their packages, leaving some big leagues like the NBA spread across more networks and streamers. Add a shifting landscape for local rights into the mix and it’s little wonder sports fans are often stymied in their efforts to quickly find the right game at the right time.

VARIETY

Oct 20, 2025 9:45am PT

NBC, Seeking Big NBA Bounce, Needs to Turbocharge Games Once Reserved for Cable

By **Brian Steinberg**



When basketball great Reggie Miller thinks about NBC's long history of televising NBA games starting in the 1990s, "my hands start to tremble," he confides recently during a press conference. "As a player, I had some of my best moments" on NBC, he acknowledged, and "my hands still get sweaty" when the memories return.

Now a lot of people are hoping Miller's hands will act up when he thinks of the NBA on NBC over the next decade.

Like the former Indiana Pacer, a massive clutch of NBA games are coming to NBC from Warner Bros. Discovery's TNT, where they had been shown for nearly 40 years (and where Miller once helped explain game action before joining NBC). And NBC hopes to turbocharge the matchups with the bigger potential audience that executives hope will find them on a broadcast network.

“You have a certain demographic that may not be watching NBA games,” says Rick Cordella, president of NBC Sports. “You get them familiar with the players and personalities, and that may translate to broadcast ratings.”

For NBCUniversal, the NBA isn’t just something that takes place on the court. Done right, the new basketball contract could help transform the company, from one best known for “Law & Order” and “Saturday Night Live” to an entity as closely associated with sports as ESPN or Fox. In the streaming era, live sports are the one programming format still reeling in the large simultaneous audiences that advertisers and distributors crave, and generating the kind of chatter on social media that unites crowds across disparate screens. NBC was already in business with the NFL and major golf leagues, but a wave of basketball games and a soon-to-be-announced pact with Major League Baseball will help the company burnish much more sports cred just as it spins off most of its cable networks into a separate company, while pushing its Peacock streaming service to get as much scale as those operated by rivals.

Meanwhile, the NBA, like other leagues, is eager to get more games on broadcast networks, after years of having only a handful on ABC. Adam Silver, the NBA’s Commissioner, says he expects to see all three rights-holders, NBC, Disney and Amazon, experiment with streaming and interactive features that will make the viewing experience more customized for each member of the audience through interactive features. But getting games on broadcast will only bring a bigger spotlight to the sport – and, he believes, NBC. “Live sports are incredible differentiators,” he says, which is why “it makes sense” for the media companies to be making such a large investment to secure rights.

And yet, the league has been struggling with viewership. The average audience watching NBA games across Warner properties continued to decline across three seasons, according to data from Nielsen, even though viewership for the NBA All-Star Game hit a new peak earlier this year. The average viewership for NBA games across TNT and TruTV in the most recent season stood at about 1.24 million. Viewership for those games in the 2022-2023 seasons when they were shown only on TNT came to about 1.36 million.

Reggie Miller’s trembling hands are the least of NBC’s worries.

NBC’s new bid to boost basketball fandom comes after a heady run at the Paris Olympics, which got a boost by relying on new elements tied to celebrity and popular culture. The extravaganza was the first in years to enjoy the viewership on both TV and streaming that people come to expect of the event after a fallow period during which NBC was plagued by Asia time-slot challenges and the coronavirus pandemic, among other factors.

NBC couldn't let the Olympics falter. The Games cost parent company Comcast $7.75 billion in licensing fees between 2021 and 2032, and another $3 billion has already been committed through 2036. Now the NBA is creating a similar mandate for the network, which by next year will air professional basketball in primetime on two different nights a week, fundamentally altering its reliance on traditional scripted programming during the year. NBCUniversal is believed to be paying the NBA an estimated $2.5 billion a year for the chance to air 100 regular-season games; the NBA All-Star Game; and a passel of exclusive first-round playoff games. In a sign of how much NBC wanted this sports deal, the company is paying more for NBA games than it is for its current NFL package, according to estimates from the independent analysis firm MoffettNathanson.

"Clearly, NBC is investing heavily given the talent they have hired, the production innovations they're introducing, and the marketing and promotion already rolled out," says Daniel Cohen, executive vice president of global media rights at sports-and-talent consultancy Octagon.

NBC's first NBA test comes on Tuesday, when it unveils the first in a series of doubleheaders: a game from East Coast markets followed by one from West Coast markets. NBC stations will show the match-up closest to their time zone, but NBA die-hards can watch both, no matter where they live, through Peacock. It's not the first time a media company has tried such a maneuver, says Cordella, but it may be the first time one has tried it during weekday primetime. NBC believes the plan will bring in large groups of more engaged fans across the nation, who will want to watch a team that is closer to the region in which they live.

The Tuesday-njght games will help set the tone for even bigger efforts. Peacock will feature NBA games on Monday nights, a bid NBC feels will bring younger sports fans under its umbrella. And then, starting next year, NBC will launch "Sunday Night Basketball" following the end of "Sunday Night Football," with the hope that NFL fans will keep tuning in after that league's season comes to an end.

There's also a hard pitch in progress to bring casual fans back to the sport. NBC is tapping into the nostalgia of its previous NBA era by bringing back John Tesh's "Roundball Rock" theme and promising appearances by Michael Jordan as an analyst (the basketball legend should appear on NBC's opening NBA broadcast, says Cordella). NBA games are poised to get more attention on NBC's "Today" show, where co-anchors Savannah Guthrie and Craig Melvin are putting more of a spotlight on sports. But the network is also looking for ways to match the NBA with its entertainment properties. NBA players were recently spotted on an episode of "Love Island," for example. "We are connecting entertainment with the athletes and the NBA storylines in ways that will engage these audiences," says Jenny Storms, NBCU's chief marketing officer of entertainment and sports.

No matter how hard the company tries, the games themselves are likely to be the most important pieces of the promotional puzzle. “You have an opportunity to maybe reach more people who may not be the hardcores. You have to keep that in mind while not insulting the hardcores,” says Mike Tirico, who will serve as the lead play by play voice of NBC Sports’ NBA coverage. “Can we give you the best X & O breakdown of stuff but also give you a human-interest story?” that might not be the first thing served up to a crowd gathered for a cable broadcast.

“The broader audience is always on our mind,” Tirico adds. Without it, NBC won’t be able to declare a basketball victory.

Los Angeles Times

TELEVISION

TV Awards Music Hollywood Inc. Arts Books Theater Museums & Art Comedy Behold

The new NBA TV deal begins Tuesday. Where are my games?



Los Angeles Lakers guard Luka Doncic (77) defends against Minnesota Timberwolves guard Anthony Edwards (5) in Game 5 of the first round of the NBA playoffs at Crypto.com Arena on April 30, 2025. The NBA's new TV deal begins Tuesday. (Robert Gauthier / Los Angeles Times)

By Stephen Battaglio Oct. 20, 2025 3 AM PT

> The NBA's new $77-billion media deal tips off this week, spreading games across NBC, ESPN, ABC, Amazon Prime Video and Peacock.
>
> TNT loses NBA games after 36 years, but "Inside the NBA" with Shaquille O'Neal and Charles Barkley moves to ESPN unchanged.
>
> More games than ever will stream exclusively online as Amazon Prime Video and Peacock debut major NBA packages.

Last year, the NBA signed a new 11-year, $77-billion media rights deal that will make the league a lot richer and dramatically alter the tune-in habits of fans when the 2025-26 season tips off this week.

Warner Bros. Discovery's cable network TNT will no longer carry the league's games, but its iconic studio show "Inside the NBA" lives on at ESPN.

More games will air exclusively on streaming platforms than ever before as Amazon Prime Video and NBCUniversal's Peacock have significant packages in the new deal.

Here's what you need to know before the action begins.

"Roundball Rock" returns

NBC is back in the NBA business after 23 years, carrying up to 100 regular season games on the broadcast network and its Peacock streaming platform. The network will carry a prime time game Tuesdays starting this week and Sundays as of Feb. 1. NBCUniversal's Telemundo will carry 12 of the Sunday night NBA games in Spanish. Peacock will exclusively stream up to three games nationally Mondays.

NBC is also the new home for the NBA's All-Star weekend, set for February in Los Angeles.



John Tesh plays "Roundball Rock" in an NBC Sports promo for its NBA coverage.

NBA Commissioner Adam Silver said in an interview that the league's move to NBC is more of a homecoming than a transition.

"A lot of the DNA is still in place," Silver said. "Many of the producers we worked with 20-plus years ago are still with the organization. In some ways we're able to pick up where we left off."

The network is leaning into its heritage as the home of the league from 1990 to 2002, when Michael Jordan led the Chicago Bulls to six championships, galvanizing fan interest to new heights. Even John Tesh's "Roundball Rock" — the infectious percussive theme song used during the era — is returning.

Jordan has been hired as a special contributor, but the network has played it close to the vest about how the NBA legend will be used.

"You will see him on opening night in some capacity," NBC Sports President Rick Cordella told The Times.

Western Conference fans should appreciate NBC's approach to its "Coast 2 Coast Tuesday" telecasts starting Oct. 28. In most weeks, NBC TV stations in the Western and Mountain time zones will get their own games in prime time at 8 p.m., rather than a 5 p.m. start time for an East Coast contest.

Cordella noted that having having separate prime time games in two regions will help boost ratings as more people will be available to watch in those hours. Fans across the country will be able to stream both games on Peacock no matter where they live.

A new home for 'Inside the NBA'

ESPN retained its package of regular season games, playoffs and the NBA Finals. But the most anticipated element of its coverage this season will be the arrival of "Inside the NBA," airing before and after selected games on ESPN and ABC.



Shaquille O'Neal, Ernie Johnson, Kenny Smith and Charles Barkley on "Inside the NBA."

When TNT lost the rights to the NBA, fans of the unfiltered gabfest with Ernie Johnson, Shaquille O'Neal, Charles Barkley and Kenny Smith were despondent over the possibility of its demise after 36 years. ESPN reached an agreement with TNT to continue producing the program in exchange for a package of college football games.

Starting with a doubleheader Tuesday, "Inside the NBA" will air for an hour before selected games on ESPN and a half-hour ahead of ABC telecasts.

Postgame editions will be open-ended on ESPN while ABC will run a half-hour and then continue on the ESPN app. The program will air on 20 dates during the regular season and throughout the NBA Playoffs, including the Eastern Conference Finals and the NBA Finals.

Tim Corrigan, senior vice president of sports production for ESPN, said in a recent news conference that nothing will change on the program outside of it being on a new network. Along with the hosts, the graphics, the music and the attitude will remain the same and will still be produced at TNT Sports' studios in Atlanta with its longtime production team.

"We want them to do their show," Corrigan said.

All of the games on ESPN and ABC are available on ESPN's recently launched direct-to-consumer streaming service available to fans who don't have a pay TV subscription.

NBA comes to Prime Video

Amazon is the new kid on the block, with 67 NBA games exclusively on the Prime Video streaming platform starting with a doubleheader Friday.



The streamer will carry every game in the knockout round of the Emirates NBA Cup, the postseason SoFi Play-In Tournament and first- and second-round playoff games. Prime will also carry two international NBA games this year and handle the conference finals in six of the next 11 seasons.

Prime developed a number of on-screen features for its "Thursday Night Football" coverage, and viewers can expect the same for the NBA, where fans can access pivotal moments in the game or get a rapid recap if they tune in late.

Fans who subscribe to NBA League Pass, a streaming platform that provides access to out-of-market games, can link the service to Prime Video to watch multiple games at once on the same screen.

Prime Video is also teaming with the online sportsbook app FanDuel, giving bettors the ability to track the progress of their wagers while watching a game. (FanDuel is not available to use in California.)

2Playbook

La RFEF valora en 5 millones los derechos de TV de la final de Copa en el extranjero

El regulador busca cadenas para las finales de 2026 y 2027 en este nuevo ciclo audiovisual, en el que LaLiga tiene la encomienda para los principales paquetes de derechos del torneo. La Federación prevé ingresar 43 millones por la TV de la Copa este año.



Jabier Izquierdo 21 de octubre de 2025

La RFEF vende la final de la Copa del Rey por separado en el extranjero. Aprovechando el tirón de la última edición, que enfrentó a FC Barcelona y Real Madrid, la Federación busca cadenas de televisión interesadas en emitir el partido decisivo del torneo del KO más allá de España. El contrato se ha valorado en 5 millones de euros como mínimo, tanto para 2026 como para 2027, según documentación a la que ha tenido acceso 2Playbook.

El tender abarca unos 80 mercados, entre los que destacan el resto del Big-5 europeo (Reino Unido, Alemania, Italia y Francia), así como mercados próximos como Portugal y estratégicos, como China y Australia. Todos ellos tienen la final a la venta de 2026. Para 2027 se suman mercados sudamericanos como Argentina y Colombia, entre otros.

La Federación destaca que esta licitación es extraordinaria, ya que la gran mayoría de derechos audiovisuales –y los más relevantes– de la Copa serán comercializados por LaLiga, tal y como avanzó 2Playbook.

Estos derechos no cuentan con barreras respecto al perfil del comprador, que puede ser una televisión en abierto, una plataforma de pago, una OTT o televisión de cable, entre otras vías de distribución. En cuanto al partido, la RFEF mantendrá la final en abril y en un horario de inicio del partido que se situará entre las 20 horas y las 21:30 horas.

Oferta por los dos años y mínimo de facturación

Asimismo, la Federación apunta que "algunos de los derechos que se ofrecen no lo son en exclusiva". Los interesados en estos derechos deberán ofertar obligatoriamente por los dos años del tender, salvo en los territorios que sólo tienen disponibles la final de 2027.

Entre las condiciones que solicita, la RFEF pide que los players interesados acrediten una facturación anual mínima de 1,5 millones de euros, de media, en los tres últimos ejercicios. Igualmente, si un candidato "no puede acreditar dicha facturación, podrá ser considerado elegible si se compromete a pagar en la primera temporada la totalidad (100%) de su oferta de la primera temporada en la fecha de firma del contrato", agrega la Federación.

El plan (de LaLiga) para España

En lo relativo al mercado nacional, la Copa tendrá cambios. Tras recuperar la encomienda, LaLiga quiere que el torne pueda tener también tres hogares distintos. La organización presidida por Javier Tebas lanzó este mes el concurso para adjudicar las retransmisiones del campeonato durante las tres próximas temporadas, y todo apunta a un claro objetivo: disponer de una plataforma de pago que emita el grueso de los partidos en combinación con televisiones públicas, unido a una plataforma digital que se quede un lote premium de 14 partidos, incluidas todas las semifinales. El objetivo último es superar los más de 40 millones de euros que genera el torneo, incluidos ya los 8 millones que se paga por la final, cuya venta va por separado.

Para conseguirlo, el nuevo tender para 2025-2026 y 2026-2027 incluye dos vías claras de negociación. La primera es que aparezca un operador dispuesto a pagar por el lote 1A, formado por 116 partidos en exclusiva -no se incluye la final, ya sea en abierto o bajo el modelo de pago. La alternativa, y la que permitiría lograr una subida de precios, es que la oferta se fragmente entre tres plataformas, sumando un player más al modelo de distribución de 2024-2025.

El lote 1B es el que hasta ahora venía explotando RTVE, y consta de 14 partidos en abierto, si bien algunos en coexclusividad con la televisión de pago. El lote 1C es el que estaba en manos de Movistar Plus+, que en el último ciclo creó el canal M+ Copa del Rey para emitir 106 partidos, combinando la exclusividad del pago con sublicencia de algunas rondas previas. La novedad es el lote 1D en caso de que se adjudique, ya que son los mismos 14 partidos del abierto para distribuirse en plataformas digitales a través de Internet; es decir, el equivalente a DAZN, Netflix o Disney+.

2Playbook

Ligue 1 se acerca a Canal+ con un contrato de TV con su filial del África subsahariana

La LFP y el grupo audiovisual francés, enfrentados desde hace años, han alcanzado un acuerdo para emitir la competición a través de SuperSport. La cadena ofrecerá acceso a la liga al público anglófono y lusófono de la región.



Olympique Lyonnais

2Playbook 20 de octubre de 2025

Ligue 1 lima asperezas con Canal+. La LFP y el grupo audiovisual, enfrentados desde hace años en la venta nacional de los derechos audiovisuales, han alcanzado un acuerdo para que SuperSport, filial del grupo mediático, emita la liga francesa en el África subsahariana anglófona y lusófona. No se han hecho públicos los detalles económicos y de duración del contrato.

SuperSport, recientemente adquirida por Canal+, ya emitía la Ligue 1 en los países francófonos de la región. Con este acuerdo, la liga francesa amplía su cobertura en África y "consolida su presencia internacional", ha asegurado la competición en un comunicado.

Cerca de más de 200 jugadores africanos compiten en la Ligue 1 McDonald's y en la Ligue 2 BKT, procedentes de países como Nigeria o Ghana. Además, la mitad de los seguidores de la liga en Facebook provienen del continente africano, "lo que refuerza el peso estratégico de la región para la competición", ha apostillado la gestora de la competición.

EL MUNDO

PAÍS: España
PÁGINAS: 20
AVE: 15369 €
ÁREA: 42 CM² - 20%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 43337
OTS: 506000
SECCIÓN: OTRAS VOCES

21 Octubre, 2025



REPRENDIDO POR NO SABER QUIÉN ERA Adolfo Suárez, el estudiante de periodismo se revuelve: «A ver, algo me suena». Explicada la trascendencia del personaje y puesto en contexto histórico, el alumno se justifica. «Ah, claro, es que yo en los 70 no había nacido». Le dices que él tampoco estaba allí cuando Julio César dominó el mundo, ni durante el reinado de los Reyes Católicos, que no es contemporáneo de Napoleón y que ni siquiera ha visto a Franco dirigir con mano de hierro este país. Sirva como consuelo que la carrera profesional de este estudiante tomó otros derroteros.

Adolfo Suárez, primer presidente de la actual democracia, no está en el documental *La última llamada*, ni tampoco su sucesor, Leopoldo Calvo-Sotelo. Ambos, querido estudiante, han fallecido. Tampoco está el actual, quizás porque todavía no es *ex*. Pero la serie de Movistar sí ha conseguido reunir los testimonios de los cuatro ex presidentes que ocuparon la Moncloa durante 36 años. Para los que los hemos compartido con ellos, es un lujo revivir la historia reciente del país en boca de quienes la protagonizaron, de quienes tomaron la última decisión en los momentos críticos. También lo es para que los que no habían nacido puedan entender en primera persona cómo hemos llegado hasta aquí en el lenguaje que más les gusta, el audiovisual. La letra, con una pantalla entra.



POR OTRA PARTE
RAFAEL MOYANO

La última palabra de los ex presidentes

La serie es amable con sus cuatro protagonistas, porque ellos también lo son consigo mismos, y, pese a sus quejas por la presión, el desgaste y la soledad de dirigir un Gobierno, de sus palabras se extrae una conclusión irrefutable: todos repetirían. «Aunque la gente no se lo crea, somos seres humanos», dice Rajoy. Recorrer la historia reciente de España de la mano de quienes trazaron el camino deja patente, por ejemplo, cómo ETA condicionó los mandatos de González (Hipercor, los GAL), Aznar (Miguel Ángel Blanco) y Zapatero (negociación y T-4). Cuánto nos marcó y qué pronto se nos olvida.

Los cuatro son conscientes de la responsabilidad de la última llamada, cuando no hay nadie más detrás. Más concretamente, de que la última palabra en los momentos más difíciles la han tenido ellos: no acabar con la cúpula de ETA reunida en Francia, rechazar el chantaje con un concejal secuestrado, seguir negociando pese a los atentados o activar en Cataluña el artículo 155 de la Constitución. Además, el referéndum de la OTAN, la guerra en Irak, los atentados del 11-M, las crisis económicas.... lo que ya sabíamos gana mucho contado por ellos. Y al final, un ejercicio de reflexión de Mariano Rajoy («Estás muchos años porque crees que puedes hacer más de lo que has hecho»), José Luis Rodríguez Zapatero («La historia es casi siempre una interpretación de lo que pasó, tiene muchos laberintos»), José María Aznar («La historia la escriben los ganadores y, como yo soy ganador, escribo la historia») y Felipe González («Si no cuentas tú la historia, la van a contar por ti»). Conocer la historia, estudiante, es una buena manera de vivirla y también de vivir.

ABC

21 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 64
AVE: 9039 €
ÁREA: 26 CM² - 17%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 49024
OTS: 343000
SECCIÓN: ULTIMA





PERDIGONES DE PLATA

RAMÓN PALOMAR

Jugar en primera

La vida es lío y las curvas del camino son las que forjan nuestro carácter

JUGÁBAMOS en primera división. Lo apuntan Tony Blair y Sarkozy en el documental de Movistar 'La última llamada', en el episodio dedicado a Aznar. Quizá mantener el tipo frente a los poderosos habituales supuso una anomalía histórica en un país que militaba, unos ratos cojitranco y otros al ralentí, en la cabeza de la segunda. Pero ahí nos plantificamos gracias a un líder que, al menos, diseñó de un plan. Mientras se fumaba un puro de parsimonia rocosa se coló entre Francia y Alemania hasta lograr que España pintase algo en el concierto mundial, más allá de tocar el ferrete (o sea el triángulo) o el violón. Hoy se parchea y se improvisa según sople el viento de cada día.

Lo malo es que, me parece, olvidó un pequeño detalle bastante importante; esto es, buena parte de la ciudadanía yacía anestesiada bajo la vulgar comodidad del segundón y no les apetecía asumir un papel que les producía insomnio, cansancio y algo de migraña. Muchos paisanos andaban instalados en la confortable burbuja del que se deja arrastrar por los acontecimientos como ese mozo que acude a bailar salsa, y mira que le repele la grimosa salsa, porque la chica de sus lúbricos sueños le remolca hasta allí. En este sentido, han detectado un curioso fenómeno en el ámbito laboral. La mocedad, en general, prefiere realizar su tarea de rutina normalucha, cobrar un sueldo breve y luego largarse al hogar para desconectar. Si les proponen un ascenso, muchos de ellos se niegan, pese al aumento de sueldo, porque no les compensa adquirir responsabilidades. Ellos a lo suyo. Calentarse la mollera les espanta. ¿Para qué? Así pues, cualquier extra que les mantenga alerta, siquiera en una ligera tensión, como que no. Este conformismo, tan de paguita limosnera, es lo que no supo, o no quiso ver, Aznar. Sin embargo, sospecha uno que la vida es lío, carrusel, vértigo, subidón y bajón, y que precisamente las curvas del camino son las que forjan nuestro carácter. Jugamos en primera pero somos carne de equipo ascensor entre la primera y la segunda. Lástima.

ara

PAÍS: España
PÁGINAS: 31
AVE: 6172 €
ÁREA: 46 CM² - 20%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 17467
OTS: 85000
SECCIÓN: PASSI-HO BE

21 Octubre, 2025





CRÍTICATV

MÒNICA PLANAS CALLOL
PERIODISTA

El telèfon de González, Aznar, Zapatero i Rajoy

La plataforma Movistar+ acaba d'estrenar una minisèrie documental en què repassa les legislatures dels quatre expresidents vius del govern espanyol. La companyia de telèfons per excel·lència, a més, ha tingut la fina ironia de titular-la *La última llamada*, entenent que el poder està sempre al costat del darrer telèfon que sona: el del despatx del president.

Als quatre episodis, un per cada president, asseuen el protagonista en una confortable butaca de pell per entrevistar-lo i simulen al seu voltant un despatx d'aire retro sense dissimular tot el que té d'escenari: l'espectacle en tres actes de la política.

La sèrie atrapa i és interessant, però té esquerdes en la construcció del relat. La música orquestral peca de sobrepresència per aportar majestuositat, però hi ha un excés de violins tristos en passatges concrets. També hi ha una idea massa preconcebuda sobre la soledat del poder. Però el pitjor de tot és la veu en off. Malgrat ser esporàdica fa nosa, perquè és tan amable que entra en aspectes valoratius i emocionals. Va més enllà d'un fil conductor que descriu els fets i acaba sent invasiva respecte a les reflexions que va fent l'espectador. És naïf, a vegades carrinclona, i està tan al servei del protagonista que, periodísticament, grinyola. Cada capítol, més enllà de la veu de l'expresident, està complementat per persones de confiança del seu mandat: familiars, ministres, secretàries i assistents. Gent propera que rema a favor del discurs principal. És molt simptomàtic com, en el cas dels presidents socialistes, hi ha certa paritat de gènere en les veus. En canvi, amb Rajoy i Aznar tot són homes. Bé, tots no. L'excepció és Ana Botella, per afegir-hi el component de la llàgrima.

Amb Felipe González la manera com s'aborda el cas dels GAL és ridícula. Tampoc s'explica el perquè de la seva decisió de no carregar-se la cúpula d'ETA a França. Amb José María Aznar, només en el primer minut d'introducció a l'episodi, la paraula *Espanya* surt, escrita o pronunciada, fins a vuit vegades. Aznar ve a dir que els atemptats de l'11-M van ser per fotre'l a ell electoralment i el relat és molt indulgent amb el final del seu mandat. A José Luis Rodríguez Zapatero és a qui més se'l confronta amb els seus errors i punts dèbils, però la gestió de la crisi econòmica i el final d'ETA enganxen molt. El capítol de Mariano Rajoy agafa tints de comèdia, i la locució defineix el Procés com "*un problema de sentimientos*". L'expresident del PP acaba considerant l'independentisme una cosa de la burgesia catalana i l'episodi de les urnes no té pèrdua: "*No había movimientos de metacrilato significativos a escala mundial*". Els testimonis són incapaços de justificar les imatges de l'1-O i es desprèn un clima de derrota interna.

Com que, en tots quatre episodis, hi ha una mirada retrospectiva, hi ha menys pressió per les aparences. L'espectador confirma com, del que passa a la política, no en percebem ni una tercera part. I, observant les bambolines, corrobora fins a quin punt, quan les coses no van gaire bé, intenten vendre'ns una realitat paral·lela.

ABC Play

Felipe González habla sin tapujos sobre su lado más desconocido: «Soy tímido y me gusta estar solo. El poder me abrumaba»

El presidente del Gobierno más longevo hasta la fecha protagoniza el primer capítulo de 'La última llamada', el nuevo documental de Movistar Plus+



Felipe González habla sin tapujos sobre su lado más desconocido: «Soy tímido y me gusta estar solo. El poder me abrumaba» MOVISTAR PLUS+

PATRICIA MARCOS



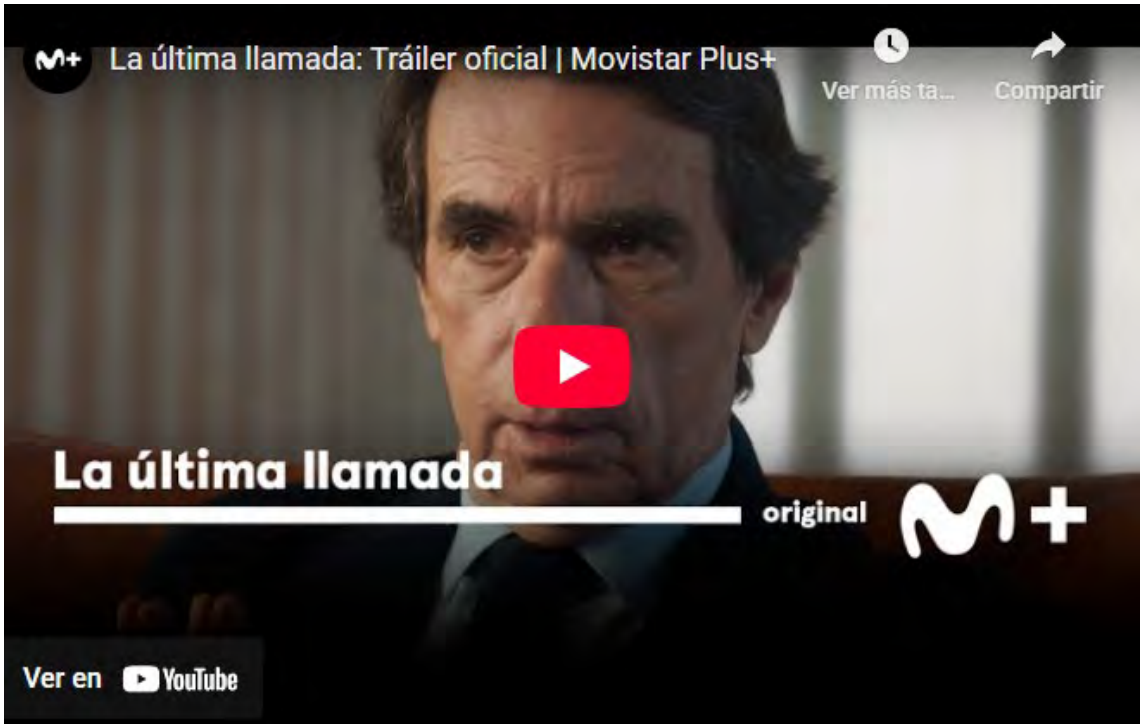
17/10/2025 a las 21:00h.

SEGUIR AUTOR

1

Felipe González (Sevilla, 1942) se proclamó presidente del Gobierno por primera vez en 1982 y lo hizo por mayoría absoluta. El dirigente socialista se ganó el favor de los españoles por su carisma y su habilidad para conectar con la gente. Sin embargo, detrás de esa imagen pública se escondía un hombre tímido, que disfrutaba especialmente de la soledad.

Así queda retratado González en 'La última llamada', la nueva serie documental de Movistar Plus+ dedicada a los cuatro expresidentes españoles vivos que se estrenó este jueves. La nueva producción, dirigida por Álvaro de Cózar, dedica su primer capítulo al dirigente socialista, de origen sevillano.



González llegó a la Moncloa con el apoyo mayoritario de la sociedad española, pero sus 14 años de mandato, que lo convierten en el presidente más longevo de la historia, le fueron desgastando progresivamente. El peso de la responsabilidad y del poder, sumado a diferentes escándalos, acabaron mermando su imagen y sus ganas de seguir.

De hecho, el documental narra cómo el expresidente se planteó en distintas ocasiones renunciar a su cargo. «A mí me interesaba más la política que el poder. El poder me abrumaba, pero la política me apasionaba», defiende en 'La última llamada'.

El tímido hijo de vaquero

El documental de Movistar Plus+ presenta a un Felipe muy distinto al político carismático que todo el mundo reconoce. Y es que, detrás de su imagen pública, se esconde una persona introvertida y solitaria.

«Soy fundamentalmente tímido y es verdad que me gusta estar solo. ¿Eso es contradictorio con tener una cierta facilidad para comunicarse con los demás? Yo creo que no. A mí me produce empatía estar con los demás, pero prefiero estar solo sin duda», defiende González en el documental.

Su personalidad introvertida y solitaria se forjó en su infancia. Hijo de vaquero, se crió en el sevillano barrio de Bellavista. «A mí me gustaba la filosofía pura y el campo», cuenta González, amante de la naturaleza y con una especial afición por los bonsáis.



Felipe González junto a sus hijos y su exmujer Carmen Romero, en unas vacaciones en 1983

En el documental, su hija María comparte una anécdota de la infancia de su padre: «Cuando llegaba mi abuelo a casa y veía a los chiquillos jugando decía: 'Qué pan más a lo tonto coméis'». Una lección que marcó el carácter del político: «¿Qué queda del hijo del vaquero? Todo. Tengo 83 años y nunca ha dejado de marcarme esa sensación de que comes el pan a lo tonto y de que no has trabajado bastante».

Alfonso Guerra, amigo y exvicepresidente, describe a González en 'La última llamada' como «una persona con autoridad, un trabajador». «Venía con chaquetones de marcar reses, con olor a establo. No era un estudiante normal», cuenta sobre su etapa universitaria.

Felipe y su relación con el poder

El 28 de octubre de 1982, el PSOE ganó las elecciones generales por mayoría absoluta. Sin embargo, con la victoria también llegó el peso de la responsabilidad. Algo que se atisba ya en una fotografía de González saludando desde la ventana. «Hay una sonrisa medio forzada, es más clara y despegada la de Alfonso Guerra. No refleja bien lo abrumado que estaba», cuenta el expresidente.

«A Felipe le cayó como una losa de responsabilidad encima, le cambió la cara, se metió para adentro. Ya no era Felipe, ya era el presidente», cuenta Ana Navarro, secretaria del expresidente, quien también lo manifiesta en el documental: «El sentimiento que tuve, de un peso de responsabilidad incluso en lo que no me tocaba…».



Felipe González celebra el triunfo del PSOE en las elecciones generales de 1982

A lo largo de sus 14 años como presidente del Gobierno, Felipe González tuvo que hacer frente a hechos sin precedentes, como la huelga general convocada en 1988, que provocaron que el poder pesara cada vez más y que se replanteara incluso no presentarse en las próximas elecciones.

«A mí me interesaba la política relacionada con la lucha por el poder, me interesaba más la política que el poder. El poder me abrumaba, pero la política me interesaba y apasionaba», defiende González en el documental de Movistar Plus+.

El expresidente admite que se trata de «una contradicción», pero que es algo que «da más poder que quita». «Si a ti te interesa un proyecto político, pero no te interesa el poder, tienes siempre el pie en el estribo para bajarte. Eso te quita fuerza porque hay muchos que desean que te bajes, pero también te da porque saben que no te importa», defiende.

En el documental, el expresidente defiende que «la política no es una tarea humana porque nunca se acaba». Sin embargo, pese al desgaste, González decidió volver a presentarse a las elecciones de 1996, que dieron la victoria a Jose María Aznar. Unos meses después, dejó la secretaría general del PSOE.

Al final del capítulo, el expresidente cuenta una curiosa anécdota: «Cuando estoy en un hotel hago el 'ridículo', que es una huida psicológica, de ponerme en el lado de la cama donde no está el teléfono y el móvil lo dejo en silencio a partir de las 22:30 horas. No quiero que me suene de noche porque me ha sonado tantas veces que me ha condicionado para el resto de mi vida».

¿Le compensó personalmente a Felipe González el poder? La escritora y periodista Julia Navarro tiene claro que no: «He visto a otros presidentes que estaban encantados de haberse conocido, pero él no. El peso del poder, esa última llamada, siempre ha sido un peso con el que ha tenido que cargar».

ABC Play

Alfonso Guerra, claro sobre su posición durante el gobierno de Felipe González: «Nunca he querido ser número uno»

El exvicepresidente del Gobierno participa en el primer capítulo del documental de Movistar Plus+ 'La última llamada' donde revela datos inéditos hasta el momento



Alfonso Guerra

PATRICIA MARCOS



SEGUIR AUTOR

17/10/2025
Actualizado 18/10/2025 a las 02:37h.

Felipe González (Sevilla, 1942) es el presidente del Gobierno más longevo hasta la fecha. Sus 14 años de mandato estuvieron marcados por la modernización del país y su plena integración en Europa. No obstante, también tuvo que hacer frente a diferentes escándalos de corrupción, además del polémico caso de los GAL.

Abogado de profesión, González marcó el inicio de una nueva etapa en la política española. Una etapa que no se entendería sin dos figuras clave: Alfonso Guerra y Nicolás Redondo. Ambos fueron no solo aliados, sino también amigos del presidente. Sin embargo, distintos acontecimientos propiciaron que se rompiera su relación con el dirigente socialista.



Felipe González y Alfonso Guerra en un Congreso del Partido Socialista Obrero en mayo de 1979

Sobre estas dos figuras tan importantes que marcaron la trayectoria política de González habla, precisamente, 'La última llamada', la nueva serie documental de Movistar Plus+ dedicada a los cuatro expresidentes españoles vivos que se estrenó este jueves.

La nueva producción, dirigida por Álvaro de Cózar, dedica su primer capítulo a la figura de Felipe González. En él, se incluyen testimonios de familiares, amigos y colaboradores históricos como Alfonso Guerra, quien ejerció como vicepresidente del Gobierno entre 1981 y 1991.

El que fuera el gran bastión de González durante años habla sin tapujos en el documental sobre los inicios de su amistad con el expresidente, su papel dentro del Gobierno y la realidad de su salida del mismo.

El inicio de una amistad: «La compenetración era total»

El primer encuentro de González y Guerra se remonta a su etapa como estudiantes universitarios, a inicios de los años 70. Manuel Fraga, entonces ministro de Información, acudió a la Universidad de Sevilla a dar una conferencia. «Con motivo de una operación que se montó contra Fraga, preparando esa réplica en un club de la facultad de Derecho, lo conocí», cuenta el exvicepresidente en el documental.

Desde entonces, ambos se volvieron inseparables. «La compenetración era total, nos juntábamos en una reunión y Felipe empezaba una frase y Alfonso la terminaba. Había una comunión de ideas y de objetivos», cuenta Ana Navarro, secretaria de Felipe González.

No obstante, su evidente afinidad, en lo personal y en lo político, no significa que a lo largo de los años no confrontaran. «El ser amigo no significa que estuviéramos de acuerdo en todo, no hay que confundirlo, ni siquiera teníamos aficiones comunes», asegura González en 'La última llamada'.

Alfonso Guerra, un número dos en el gobierno de Felipe González

El expresidente decidió compartir su trayectoria política junto a Guerra por «la confianza que daba la amistad». «Nunca se discutió que Felipe González era el líder natural, el hombre que marcaba las estrategias y señalaba el camino», explica Ignacio Varela, subdirector del Gabinete de la Presidencia del Gobierno entre 1983 y 1993.

En cuanto a Guerra, era quien «se ocupaba de que esas estrategias se hicieran realidad en la práctica». «Nunca he querido ser número uno, ni en el Gobierno ni en nada, a mí me gusta más ser el número dos porque me gusta, en el barco, las máquinas, no el puente de mando», confiesa Guerra en el documental.



Felipe González y Alfonso Guerra en el Congreso de los Diputados en 1990

Guerra fue el contrapunto de González y su máximo apoyo a lo largo de su trayectoria. Fue él quien, en el primer Consejo de Ministros, celebrado el 7 de diciembre de 1982, decidió que ahí no había nada que votar. «Aquí no se vota, el presidente nos ha nombrado, aquí hablamos con toda libertad, pero la decisión la toma el presidente», cuenta que dijo en aquel momento.

Un año antes, fue también el impulsor de la campaña 'OTAN de entrada NO', realizada en 1981, cuando el PSOE defendía que España no debía pertenecer a la Alianza Atlántica. Una especie de visionario de lo que sucedería cinco años más tarde, cuando el Gobierno de González pidió lo contrario.

> **«Nunca he querido ser número uno, ni en el Gobierno ni en nada, a mí me gusta más ser el número dos»**
>
> **Alfonso Guerra** Exvicepresidente del Gobierno

A lo largo de su larga trayectoria en el PSOE, González amagó varias veces con dejarlo todo. Una de ellas en agosto de 1977, cuando amenazó con dejar la secretaría general del partido a través de una carta. Entonces, Guerra le convenció de que se quedara, al igual que en la Semana Santa de 1989, en este caso ya de presidente. «Yo le creí en ambas situaciones, después tuve alguna duda», cuenta el exvicepresidente.

A González siempre se le atragantaron las crisis de Gobierno, asegura Varela. Cesar a un ministro «le producía dificultades extraordinarias» y fue Guerra quien, en ocasiones, tuvo que ejercer ese papel por él: «A veces me tocó a mí. Ese momento era muy violento para él».

La salida de Alfonso Guerra del Gobierno: «Me escribe una carta»

Durante todos esos años, el exvicepresidente fue el gran cómplice de González. Sin embargo, su amistad se dinamitó por un acontecimiento: la acusación de corrupción a Juan Guerra, hermano de Alfonso Guerra, en 1991.

Las diferencias, no obstante, venían de antes. Tal y como explica Varela, hay un momento en el que Guerra se convence de que González está dispuesto a entregar el PSOE a gente externa al partido, mientras que el presidente se teme que su vicepresidente lo quiera convertir en un «coto personal suyo y de sus seguidores».

«Yo le decía: si en el Gobierno encuentras distintas posiciones, mantente por el centro de la calle. Y él lo respetó así hasta que llegó un momento en el que no y optó por el equipo económico», explica Guerra.

«Éramos amigos y se enfrió esa amistad. Desprenderme de eso fue una amargura»

Felipe González Expresidente del Gobierno

La confianza entre los dos amigos se rompió y acabó con la salida del Gobierno de Guerra. González le envió una carta el 1 de enero de 1991. «Él me escribe una carta, muy cariñosa, en la que me dice que cree que quizás había llegado el momento de plantearnos si yo debía estar. Añade: si tú dices que sigues, sigues sin ningún problema. Pero claro, yo que el primer día del Consejo de Ministros dije que era él quien mandaba, no tenía nada que decir, me voy ipso facto, no hay ningún problema».

El 12 de enero de 1991, Guerra anuncia su 'dimisión' en el Congreso del PSOE de Extremadura. «Sí, éramos amigos, habíamos vivido experiencias humanas, y se enfrió esa amistad. Para mí, desprenderme de eso, fue una amargura».

ABC Play

María, hija de Felipe González, recuerda los peores momentos de su padre como presidente del Gobierno: «Tenía sensación de desequilibrio e injusticia»

La hija menor del expresidente participa en el primer capítulo del documental de Movistar Plus+ 'La última llamada', dedicado a la figura de su padre



María, hija de Felipe González, recuerda los peores momentos de su padre como presidente del Gobierno: «Tenía sensación de desequilibrio e injusticia» MOVISTAR PLUS+

PATRICIA MARCOS



SEGUIR AUTOR

17/10/2025
Actualizado 18/10/2025 a las 02:37h.

Felipe González (Sevilla, 1942) es el presidente del Gobierno más longevo hasta la fecha. Ganó por mayoría absoluta las elecciones generales de 1982 y renovó su mandato en tres ocasiones, hasta 1996, cuando cedió ante el candidato del Partido Popular en aquel momento, José María Aznar.

Abogado de profesión, González marcó el inicio de una nueva etapa en la política española: la modernización del país y su plena integración en Europa. No obstante, durante sus 14 años como presidente, tuvo que hacer frente también a diferentes escándalos de corrupción, como el caso Filesa y el caso Roldán, además de los GAL, la creación del grupo parapolicial que practicó la 'guerra sucia' contra ETA.

Precisamente sobre los principales acontecimientos de la democracia que tuvieron lugar durante la presidencia de González hace un repaso 'La última llamada', la nueva serie documental de Movistar Plus+ dedicada a los cuatro expresidentes españoles vivos que se estrenó este jueves. La nueva producción, dirigida por Álvaro de Cózar, dedica su primer capítulo a la figura de Felipe González.

Además de abordar los momentos clave que marcaron su presidencia, el documental muestra el lado más humano de González. A través de sus asesores, ministros, e incluso familiares, los espectadores pueden conocer a la persona detrás del presidente.



En este sentido, 'La última llamada' ha contado con la participación de María González, hija menor del expresidente, y de su exmujer, Carmen Romero, quien llegó a la Moncloa siendo solo una niña de cuatro años y recuerda cómo su padre vivió algunos de los episodios más duros de su etapa como presidente.

María, una infancia y juventud en Moncloa

María, de 47 años, fue la última en llegar a la familia, aunque la primera niña. Antes nacieron Pablo (53 años) y David (52 años). Todos ellos han optado por mantener una vida alejada del foco mediático. En el caso de la menor, se licenció en Derecho, al igual que su padre, y trabaja en la actualidad en la formación en habilidades para empresas y en procesos de mediación.

La hija de Felipe González acababa de cumplir cuatro años cuando su padre ganó las elecciones generales de 1982 y toda la familia tuvo que mudarse al Palacio de la Moncloa. Un lugar de «carton de piedra», tal y como lo califica en el documental el expresidente, quien asegura que María fue «la más afectada» de este cambio radical de vida.



Felipe González junto a sus hijos y su exmujer Carmen Romero, en unas vacaciones en 1983

«Yo cumplí 4 años en octubre y nos mudamos en diciembre», cuenta María. La hija menor del expresidente rememora más de 40 años después aquella época: «El recuerdo es de un espacio muy grande, y más a los ojos de una niña. Uno de los primeros recuerdos es sentada en la escalera, llorando amargamente porque me había perdido y quería volver a mi casa. Aquello no tenía ningún sentido para mí».

La familia decidió guardar los muebles de su antigua casa en una estancia vacía del Palacio de la Moncloa. «Estaban todos tapados con las típicas sabanas blancas y yo recuerdo ocasionalmente entrar en esa habitación, retirar esa sabanita y sentarme en el sofá para tener la sensación de estar en mi casa», recuerda.

Uno de los momentos más emotivos del capítulo se produce, precisamente, cuando González observa una fotografía antigua en la que aparece sentado en un banco de Moncloa junto a su hija, cuando todavía era solo una niña. Ambos miran a través de dos cámaras.



Felipe González, emocionado al ver una fotografía junto a su hija MOVISTAR PLUS+

El expresidente, visiblemente emocionado, sonríe al ver la proyección de la instantánea. «Ella no sabe que pienso en ella, pero muchas veces pienso que con esa edad estaba en un lugar que le hizo perder la conciencia de que había vivido en otro sitio hasta que fue a la Universidad», cuenta.

Y es que María se mudó a Moncloa con solo cuatro años y, cuando tuvo que dejar el palacio, tenía 18 y comenzaba sus estudios de Derecho en la Universidad Autónoma de Madrid. «Esto es realmente toda una vida allí», comenta su padre.

El miedo por ETA y la soledad de su padre

A lo largo del documental de Movistar Plus+, María comparte su recuerdo acerca de alguno de los momentos más duros a los que tuvo que hacer frente su padre como presidente del Gobierno. Uno de ellos, la lucha contra la banda terrorista ETA y el consecuente miedo que sufría ante la amenaza de que la familia sufriera un ataque.

«Sí recuerdo de esos años mucho la sensación de tener muy presente que ETA mataba con frecuencia y que entre sus objetivos también estaba mi propia familia», cuenta María, quien asegura que no se iba a dormir hasta que sus padres llegaban a casa.

«En los momentos de más preocupación, se metía para adentro y se mostraba bastante silencioso»

María González Hija de Felipe González

A inicios de los años 90, Felipe González tuvo que enfrentarse a algunos de sus mayores escándalos, como los casos de corrupción o el caso de los GAL. Una etapa que María recuerda como «difícil» para su padre. «Lo percibíamos con mucha sensación de desequilibrio y de injusticia», cuenta.

Sin embargo, lejos de compartir su día a día y sus preocupaciones con su familia, la hija menor del expresidente recuerda como su padre, «en los momentos de más preocupación, se metía para adentro y se mostraba bastante silencioso».

En el documental, María insiste en el carácter introvertido de su padre, que se califica a sí mismo como «tímido», y de su firme sentido de la responsabilidad y el trabajo. Precisamente en su labor como presidente encontró la soledad absoluta en muchos momentos. «No sé si quizás era mi propia percepción, pero en lo que yo he vivido, creo que es el trabajo más solitario del mundo», sentencia su hija al final del capítulo.

ABC Play

La promesa de Aznar cuando llegó al Gobierno que supuso la fecha del fin de su mandato: no estar más de ocho años en el poder

El documental 'La última Llamada' de Movistar Plus+ muestra que el expresidente estableció una duración máxima para estar en el poder



La promesa de Aznar cuando llegó al Gobierno que supuso la fecha del fin de su mandato: no estar más de ocho años en el poder Movistar Plus+

MARINA ORTIZ



SEGUIR AUTOR

18/10/2025
Actualizado a las 19:05h.

El pasado jueves, 16 de octubre, se produjo el estreno de la serie documental 'La última llamada', de Movistar Plus+. Tal como indica la plataforma, se trata de un vistazo inédito al mandato de los cuatro expresidentes vivos de España, donde también se muestra cómo vivieron el poder estos políticos.

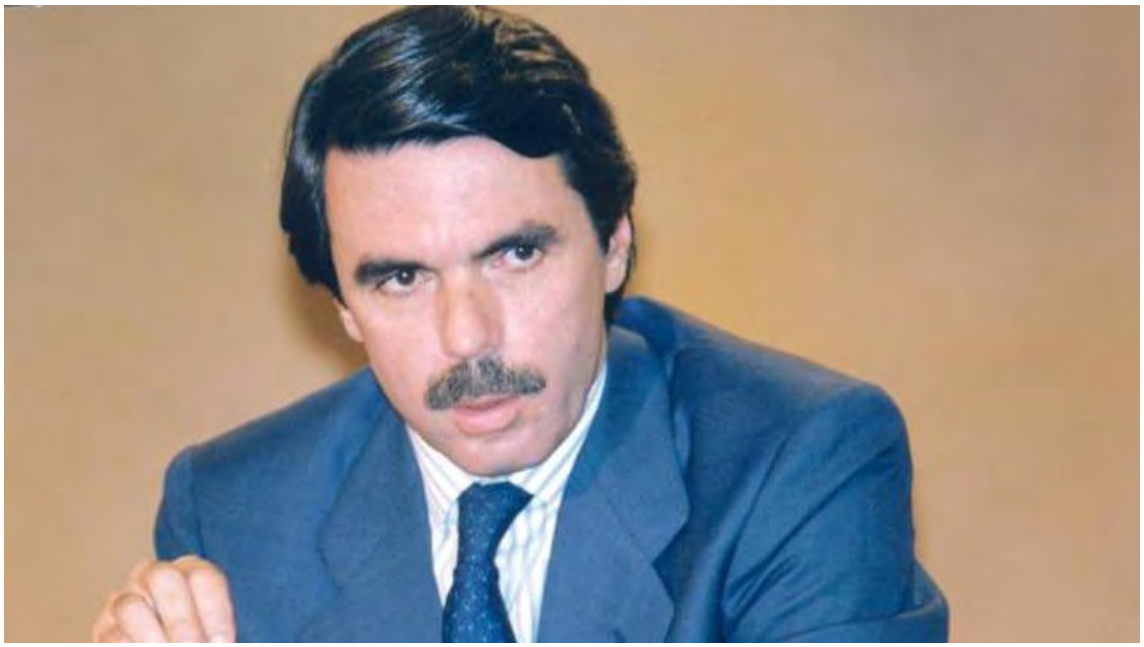
Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy son los protagonistas de esta serie documental, dividida en cuatro episodios, uno por expresidente, en los que se recopilan las vivencias más reveladoras de sus gobiernos.

En este proyecto audiovisual, producido por Movistar Plus+ en colaboración con Kowalsky Films, Feelgood Media y True Story, también participan familiares y asesores cercanos de los expresidentes españoles, claves en cada historia del paso de los políticos por la Moncloa.

De esta forma, el repaso por sus años de mandato se muestra con testimonios propios o imágenes e intervenciones de archivo, pero también aportando conversaciones íntimas, archivos personales y declaraciones exclusivas de quienes aparecen delante de las cámaras en el documental. «La serie humaniza el liderazgo político y analiza las emociones, sacrificios y vivencias que conlleva ser presidente, poniendo al espectador en la piel del gobernante», indica la plataforma.



El segundo episodio, el dedicado a José María Aznar, recopila los puntos más destacados de lo ocurrido durante sus años al frente de la presidencia del Gobierno y las decisiones y acciones claves para el país, pero también despuntan detalles sobre su persona, su visión de cómo ser presidente o curiosidades concretas sobre él y su entorno más cercano.



José María Aznar en 1996, meses después de ser elegido presidente del Gobierno

Apenas pasados unos 10 minutos de capítulo de 'La última llamada' sobre Aznar, ya pueden reconocerse y recordarse muchos de los aspectos que marcaron su presidencia. Uno de ellos especialmente llamativo al relacionarlo con el Gobierno actual, ya que se refiere a los años que un presidente debe permanecer en su mandato.

La promesa que Aznar hizo y cumplió como presidente del Gobierno sobre sus años en el poder

El documental nos tralada a 1996, año en el que José María Aznar se convirtió en presidente de España, tras 14 años de gobierno socialista, y la voz en off resalta el siguiente hecho: «El cuarto presidente que ocupa el despacho de la Moncloa ha prometido que no estará más de ocho años en el poder y ha puesto unos objetivos claros». Algo que, con el tiempo, se pudo comprobar que Azanar cumplió con creces.

El expresidente del Partido Popular ejerció como mandatario del país, desde el 5 de mayo de 1995 hasta el 17 de abril del 2004, durando siete años, 11 meses y 12 días en el poder y, por tanto, sin superar los ocho años en el poder, tal como prometió al ser elegido presidente del Gobierno.

Tan firme fue la idea de Aznar sobre cuánto tiempo debería durar alguien en la presidencia que esta fue su respuesta al ser preguntado sobre si creía que Mariano Rajoy debía dejarlo a los ocho años cuando era presidente: «Yo creo que dos mandatos son suficientes, no digo que sea una norma. Lo mío fue una decisión personal de la que no me arrepiento. De otras, puede, pero de esa, no. Cada uno tiene que ver lo que hace y el momento histórico».

¿Cuántos años lleva el presidente actual en el Gobierno de España?

En la actualidad no existe en España una ley que indique un límite de mandatos en la presidencia del Gobierno de España. Sin embargo, son muchos los que se muestran escépticos con el tiempo que debería seguir Pedro Sánchez al mando de nuestro país dados los casos de corrupción y las polémicas que rodean a su partido.

Si el actual mandatario agotase su legislatura, estaría en el poder durante más de nueve años, siempre que no fuera reelegido, caso en el que se ampliaría aún más. Por el momento Sánchez, lleva algo más de siete años siendo presidente del Gobierno.

ABC Play

Ana Botella cuenta lo primero que le dijo a Aznar cuando dejó de ser presidente del Gobierno: «Lo hice aposta, además»

La exalcaldesa de Madrid y mujer del expresidente relata cómo quiso tratar a su marido tras dejar la presidencia



Ana Botella cuenta lo primero que le dijo a Aznar cuando dejó de ser presidente del Gobierno: «Lo hice aposta, además» Movistar Plus+

MARINA ORTIZ



SEGUIR AUTOR

18/10/2025
Actualizado a las 19:05h.

En 'La última llamada', la serie documental de Movistar Plus+ que se estrenó el pasado jueves 16 de octubre, el poder y la intimidad política se mezclan para ofrecer un retrato inédito de los cuatro expresidentes vivos de España: Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy.

Cada uno de ellos protagoniza un episodio independiente que repasa sus años en La Moncloa a través de diferentes imágenes inéditas, declaraciones exclusivas, recopilación de archivos personales y testimonios de familiares y colaboradores cercanos.

La serie documental pretende mostrar también una parte más humana de los mandatarios, abordando cómo fue su liderazgo como presidentes y qué emociones y pensamientos acompañan a la responsabilidad de gobernar un país. Además, se suman momentos curiosos o algo más desconocidos de ellos para la ciudadanía, los cuales pueden ayudar a seguir completando una silueta personal de los presidentes que, en sus años de gobierno, podía resultar difusa para los ciudadanos.



El segundo capítulo, dedicado a José María Aznar, pone el foco en diferentes temas, como las decisiones cruciales que tomó durante su mandato, cómo afrontó los momentos más complejos de su carrera o las razones que hay detrás de algunas medidas o actuaciones que llevaron a cabo hace años.

Pero, como adelantábamos, este episodio no se queda solo en el desarrollo profesional en este caso, de Aznar, sino que también abre una ventana a su vida más privada y a la relación con su entorno familiar.

Las primeras palabras de Ana Botella a Aznar cuando dejó de ser presidente del Gobierno

En ese contexto, unas de las intervenciones más llamativas son las de su mujer, Ana Botella, también exalcaldesa de Madrid, quien recuerda con humor y algo de nostalgia el día en que Aznar dejó de ser presidente del Gobierno y dio el relevo al socialista José Luis Rodríguez Zapatero tras ganar las elecciones.

Tal como Botella cuenta en el documental, esa mañana en la que Aznar volvió a casa como expresidente de España, ella quiso recordarle que tenía una vida antes de haber ocupado tan importante cargo:

«Yo cuando sale Jose de casa con el coche con banderín y vuelve con el coche sin banderín, claro, porque ha ido a la toma de posesión de Zapatero… Y entonces yo, cuando vuelve a casa, le digo así como quien no quiere la cosa: 'Ay Jose, vete a El Corte Inglés'. Y me dice '¿A dónde?'. Digo 'A El Corte Inglés'», a lo que Azanar le respondió «¿Por qué?» y ella siguió con normalidad: «Porque necesitamos esto, esto y esto», admitiendo: «Lo hice aposta, además».



Foto de archivo de Aznar y Ana Botella

Así, continúa dejando constancia de cuál era su objetivo: «Yo tuve muy claro en ese momento que teníamos que reinventarnos y que había que seguir haciendo la vida exactamente igual».

Así, Botella da a entender que aquellas palabras aparentemente banales estaban llenas de una intención profunda: dar importancia a mantener la mayor normalidad tras el fin del poder y de una época que, probablemente, fue la más importante en la vida de Aznar.

ABC Play

Zapatero desvela la última pregunta que hizo a su madre antes de que muriera: «¿Tú crees...?»

El expresidente del Gobierno es uno de los protagonistas de 'La última llamada', el nuevo documental de Movistar Plus+



Zapatero desvela la última pregunta que hizo a su madre antes de que muriera: «¿Tú crees...?»
MOVISTAR PLUS+

PATRICIA MARCOS



19/10/2025 a las 14:09h.

SEGUIR AUTOR

5

José Luis Rodríguez Zapatero (Valladolid, 1960) se enfrentó en sus casi ocho años como presidente del Gobierno a importantes reformas sociales, al histórico fin de la organización terrorista ETA y a una crisis económica global que terminó por hacer que decidiera no presentarse como candidato a un improbable tercer mandato.

Sobre este y otros acontecimientos clave de sus dos legislaturas hace un repaso 'La última llamada', la nueva serie documental de Movistar Plus+ creada por Álvaro de Cózar. La producción, que llegó este jueves a la plataforma, ofrece un relato en primera persona de los cuatro expresidentes españoles vivos sobre el lado humano del poder, mostrando los dilemas éticos, emocionales y la soledad que acompaña a su cargo.

Tras Felipe González y José María Aznar, Zapatero protagoniza el tercer episodio del documental, que cuenta con declaraciones de su entorno como Angélica Rubio, Gertrudis Alcázar, José Andrés Torres-Mora, Miguel Sebastián, Trinidad Jiménez, Bernardino León y José Bono.

El capítulo, además de abordar los momentos clave que marcaron la presidencia de Zapatero, muestra el lado más humano del expresidente socialista, lo que permite al espectador conocer a la persona detrás del presidente.

La pregunta que realizó Zapatero a su madre antes de que muriera

El documental cuenta con la intervención de Juan Rodríguez Zapatero, hermano mayor del expresidente y abogado de profesión, quien relata cómo la llegada de su hermano a la secretaría general del PSOE coincidió con un doloroso episodio para la familia: la enfermedad de su madre, María de la Purificación Zapatero Valero.



José Luis Rodríguez Zapatero junto a su hermano Juan y sus padres

«El año 2000 nos marca muchísimo a la familia porque es las dos caras de lo que es la vida», asegura Juan en el documental. Y es que, frentre al júbilo de un «José Luis», cómo el lo llama, que es elegido como secretario general del PSOE en el mes de julio, deben afrontar la enfermedad de su madre en octubre.

Zapatero debe hacer frente a la enfermedad de su madre, con quien asegura «tenía un vínculo muy intenso», y su posterior fallecimiento, en uno de los momentos más importantes de su carrera y probablemente de su vida. «Era la novedad en el país, estaba tan feliz...», cuenta en el documental de Movistar Plus+ sobre su nombramiento como secretario general del PSOE.

El expresidente del Gobierno comparte un momento muy íntimo que vivió junto a su madre poco antes de que esta muriera. «Recuerdo muy bien, creo que fue de las últimas cosas que le dije, a parte de darle algunos besos», cuenta el expresidente, que desvela la pregunta que le hizo: «¿Tú crees que seré presidente del Gobierno?».

La matriarca de la familia, en ese momento, estaba muy enferma. Sin embargo, pudo responder a aquella pregunta sin titubear. «Estaba muy malita ya, pero lo dijo muy contundentemente: 'Sí, por supuesto'».

> **«Le pregunté: '¿Tú crees que seré presidente del Gobierno?'. Ella me dijo: 'Sí, por supuesto'»**
>
> **José Luis Rodríguez Zapatero**
> Expresidente del Gobierno

Hace unos años, Zapatero ya compartió esta anécdota en un encuentro con 'El Mundo', donde contó la confianza que su madre tenía puesta en él. «Mi madre fue toda mi vida, tanto para lo profesional como para lo personal, de una fe inquebrantable hacia mí», señaló en el año 2008.

El 30 de octubre del año 2000, apenas unas semanas después de ser diagnosticada de un cáncer terminal, María de la Purificación Zapatero falleció a los 73 años en el Complejo Hospitalario del Insalud de León, donde estaba ingresada.

MARCA

Política

Felipe González sobre ETA en su tiempo y sus "dudas": estaban "perfectamente localizados y ubicados" en una casa e incluso se les podía eliminar

El expresidente del Gobierno recuerda en el documental 'La última llamada' de Movistar ese momento tenso que tuvo en sus manos con respecto a los integrantes de la banda terrorista



Felipe González y su reflexión sobre ETA a finales de los 80.EFE

D. PUIG 18/10/2025 - 09:33CEST

Todavía colea, por lo que se ha hecho viral, la reflexión de Felipe González al respecto de su etapa como presidente del Gobierno entre los 80 y los 90 en alusión a ETA. El expolítico ha afirmado que a día de hoy aún tiene "dudas" de si hizo lo correcto al no ordenar la voladura de la cúpula de la banda terrorista a principios de los años noventa.

González ha relatado que en una ocasionó le informaron "muy directamente" de que la cúpula de la banda estaba reunida en el sur de Francia "planificando los atentados", ha explicado en el documental 'La última llamada' de Movistar.

De hecho, el expresidente socialista explicaba que fue informado de que los dirigentes de ETA estaban "perfectamente localizados y ubicados" en una casa e incluso se les podía eliminar. Y ha asegurado que dudó y rechazó intervenir por todas las implicaciones que podía tener un acto de este tipo, realizado además en territorio extranjero. "33 años después vuelvo a pensar y vuelvo a tener dudas de si lo hice bien o mal", ha reconocido.

Y de paso, ha añadido que tuvo dudas de cuál era su "responsabilidad". Por ello, pensó en que quizá se podían salvar "50 o 60 vidas" en un momento en el que se producían multitud de atentados de la banda terrorista. "La gente no me perdona que lo dudara, incluso algunos compañeros", ha apuntado. Finalmente rechazó intervenir por los efectos que podría traer consigo aquella consigna.

infobae

ESPAÑA

Ni Bush ni Blair: Aznar es el único del 'Trío de las Azores' que sostiene que "no cometió errores" al enviar tropas españolas a Irak

El expresidente popular protagoniza el segundo capítulo de 'La última llamada', serie de cuatro episodios que repasa los momentos más importantes de las legislaturas de González, Zapatero y Rajoy

Por **Elena L. Villalvilla** 17 Oct, 2025 04:10 p.m. ESP

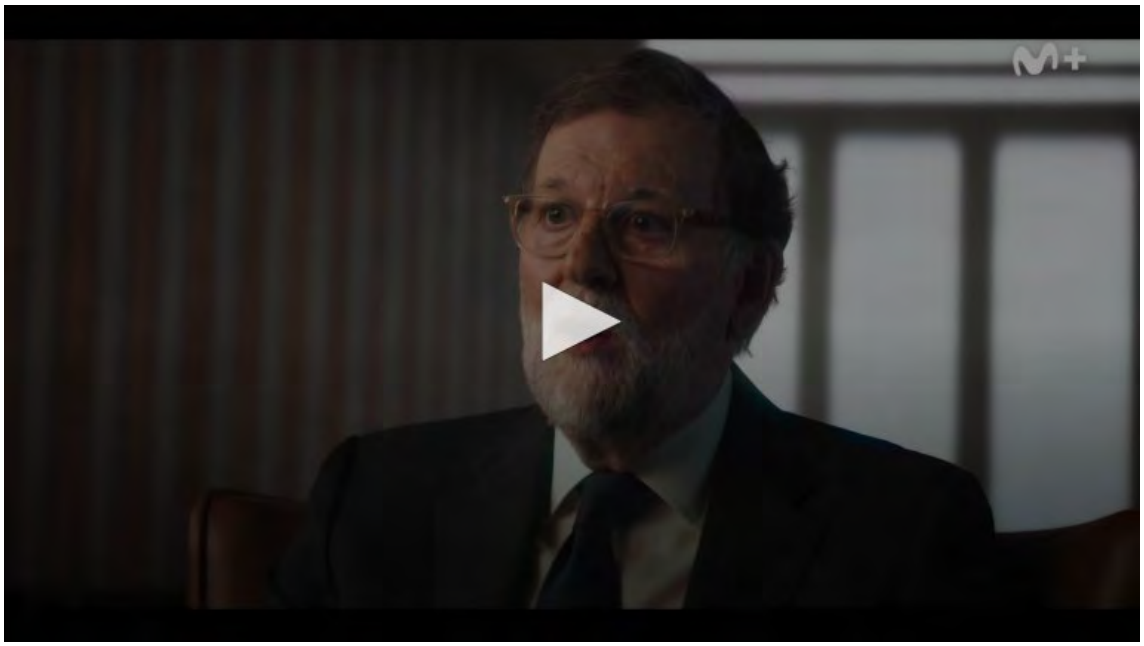


Los entonces primer ministro británico, Tony Blair, el presidente del Gobierno español, Jose Maria Aznar, y el presidente de los Estados Unidos George W Bush ,i-d, durante la rueda de prensa que ofrecieron en la Base de las Lajes (Islas Azores) tras una reunión sobre la crisis de Irak. (EFE/SERGIO BARRENECHEA)

Más de dos décadas después de la invasión de Irak, José María Aznar mantiene intacta su convicción de que no cometió ningún error al enviar tropas españolas al conflicto. Así lo afirma el expresidente del Gobierno en la serie documental de Movistar Plus+ La última llamada, que se ha estrenado este jueves en la plataforma y que repasa los momentos clave de

la legislatura de los últimos cuatro líderes del Ejecutivo nacional, desde el socialista Felipe González hasta el popular Mariano Rajoy. Todo ello, a través de entrevistas y testimonios cercanos.

En su capítulo, Aznar defiende sin dudas la decisión adoptada en 2003 por el llamado Trío de las Azores —formado por el propio líder español, el presidente estadounidense George W. Bush y el entonces primer ministro británico Tony Blair—, inmortalizada en la célebre "foto de las Azores" que precedió a la invasión de Irak. Aquella intervención se justificó con la supuesta existencia de armas de destrucción masiva, un argumento que años después se demostraría falso.



Tráiler de 'La última llamada' (Movistar Plus+)

"Al final hay dos tipos de países o de dirigentes políticos: los que dan la vuelta alrededor de la mesa y los que están sentados en ella decidiendo. España estuvo sentada en la mesa donde se tomaban las decisiones", sostiene en el segundo capítulo. Según Aznar, aquella postura respondía al "interés de España". "Creo que no me equivoqué", sentencia ahora en el capítulo dos de la docuserie.

"La CIA ha dicho que fue un análisis erróneo. Bush ha dicho que fue un error. Blair ha reconocido errores. ¿Reconoce usted también que cometió un error?", preguntan durante un momento del capítuloal expresidente. "No. Todos esos errores se reconocen cuando ya se sabe la historia. Pero cuando estás en la historia y te están diciendo lo contrario, pues entonces... A mí esos, ese tipo de razonamientos me parecen inútiles. Porque uno no juzga un momento determinado por lo que sabe después, sino por lo que sabe en ese momento", responde.



Álvaro de Cózar y José María Aznar, durante las grabaciones de 'La última llamada'. (Movistar Plus+)

Otros de los temas en los que ahonda el capítulo es el trágico atentado ocurrido el 11 de marzo de 2004, que terminó con la vida de 192 personas y cerca de 2.000 heridos. Los ataques, perpetrados por una célula yihadista en varios trenes de cercanías de Madrid, marcaron uno de los días más oscuros de la historia reciente de España.

“El Gobierno dijo la verdad en todo momento”

Sin emabrgo, tres días después, el 14 de marzo, el país acudía a las urnas para elegir un nuevo Gobierno. En esas horas de confusión por saber quién era el autor del atentado, el Ejecutivo de Aznar defendió públicamente la tesis de que ETA era la responsable de los atentados, una versión que pronto comenzó a ser cuestionada por las evidencias que apuntaban hacia el terrorismo yihadista. Pese a que han pasado 21 años, Aznar insiste de nuevo: “El Gobierno dijo la verdad en todo momento”.

Todo ello, desde la entrada en el euro hasta el 11M y las consecuencias que tuvo para su mandato puede verse en la serie de Movistar Plus+, disponible en la plataforma desde este jueves.

infobae

ESPAÑA

El ‘infiltrado’ de Zapatero en la Moncloa que nadie cesó el día que Rajoy comenzó a gobernar: “Le dijimos: ‘Buenos días. ¿Y usted quién es?’”

Las dos legislaturas del popular protagonizan el cuarto capítulo de la docuserie ‘La última llamada’, de Movistar Plus+

Por **Elena L. Villalvilla** 18 Oct, 2025 02:09 p.m. ESP

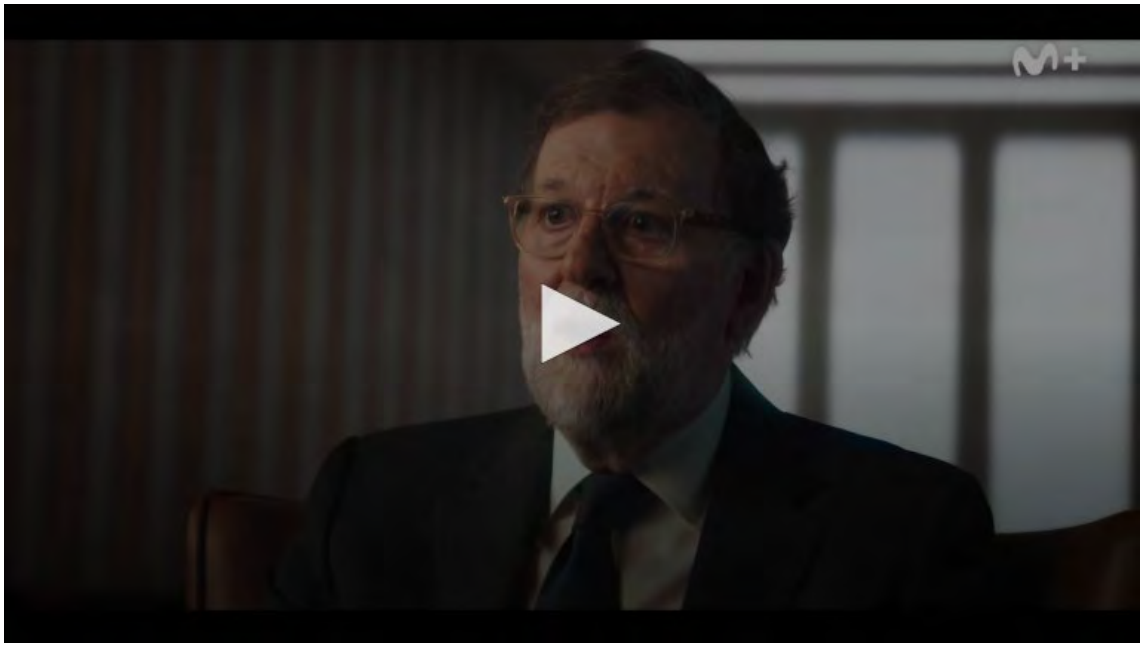


Mariano Rajoy en 'La última llamada' (Movistar Plus+)

Cuando el socialista José Luis Rodríguez Zapatero dejó la Moncloa en diciembre de 2011, tras ocho años en el poder, España atravesaba una de las etapas más difíciles de su historia reciente. La crisis económica golpeaba con fuerza y eso también se trasladó a la sede de la presidencia. Rajoy llegó con un mensaje de austeridad y contención del gasto y el cambio se notó no solo en el tono político, sino también en los pasillos del complejo presidencial.

“Una de las cosas que sentí yo cuando llegué a Moncloa es que tienes una sensación como que llegas a un lugar en el que se acaba de terminar la fiesta”, recuerda Andrés Medina, asesor de Rajoy durante su etapa en el poder, en el cuarto y último capítulo de La última llamada, la serie documental de Movistar Plus+ que recuerda la vida en el poder de los presidentes en democracia Felipe González, José María Aznar, Zapatero y Rajoy, haciendo un repaso de los últimos 40 años de la historia de España.

Debido al recorte que tuvieron que hacer también en la Moncloa, como recuerda el asistente del presidente entre 2012 y 2018, Sergio Ramos, eso también se reflejó en el ambiente que se encontró el equipo del nuevo Ejecutivo: despachos y pasillos vacíos. “Nuestro gabinete fue mucho más austero que el del presidente Zapatero”, recuerda Abelardo Bethencourt, que ejerció como director de gabinete del jefe de gabinete de Rajoy. “Creo que había 30 o 40 despachos vacíos. Era un piso un poco tétrico, porque entrabas y estaba todo a oscuras, todo vacío”, añade otro de los asesores del popular, José Sánchez Arce.



Bajo ese contexto, su entorno más próximo cuenta una anécdota que les dejó la Moncloa en sus primeros días. Como explica Ramos, “había una puerta que siempre estaba cerrada. Hasta que a nosotros se nos ocurrió un día ver qué había ahí dentro”, cuenta. “Alguien subió y al bajar dijo: ‘Hay alguien’. Y nos dimos cuenta de que efectivamente había una persona, un ser vivo en ese piso", añade Sánchez Arce.

Nadie lo había cesado formalmente

La sorpresa fue mayor cuando el misterioso ocupante explicó quién era. “Le dijimos: ‘Buenos días. ¿Y usted quién es?’. Y él respondió: ‘Soy asesor del presidente del Gobierno’. ‘¿Sí? Bueno, de José Luis Rodríguez Zapatero’“.

Como detallan los que fueron sus asesores, nadie lo había cesado formalmente, de modo que seguía teniendo su despacho, su acreditación y acceso completo al recinto. “Porque nadie le había dicho nada”, apunta Sánchez. “Y después, de hecho, ahí en Moncloa, la seguridad le conocía, y, evidentemente, si no te han cesado todavía…”, concluye Ramos.

Anécdotas como esta se encuentran en La última llamada, la serie documental de Movistar Plus+ que se estrenó este pasado jueves 16 de octubre. Dirigida por Álvaro de Cózar y coproducida junto a Kowalski Films, Feelgood Media y True Story, la docuserie plantea una pregunta de fondo: ¿es posible ponerse en la piel de un gobernante o se trata de una experiencia intransferible, comprensible solo para quien ha ocupado ese lugar? A lo largo de cuatro episodios —centrados en Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy— la producción recorre desde dentro las últimas cuatro décadas de la política española y muestra el rostro más humano del poder.

infobae

ESPAÑA

Rajoy recuerda el día en el que “murió en una sobremesa” durante su moción de censura: “Lo que se discutía no era si me iban a echar a mí, sino qué opinaban del programa de Sánchez”

El cuarto episodio de ‘La última llamada’, de Movistar Plus+, relata sus últimos momentos como presidente tras la moción presentada por el socialista en 2018

Por Elena L. Villalvilla 19 Oct, 2025 05:06 p.m. ESP



Rajoy abandonando el restaurante Arahy, mientras en el Congreso se debatía la moción de censura. (EFE)

La peor semana de la larga carrera política de Mariano Rajoy comenzó con una celebración y terminó con una sobremesa que pasaría a la historia de nuestro país. El 23 de mayo de 2018, el para entonces presidente había conseguido aprobar los Presupuestos Generales del Estado con el apoyo de Ciudadanos y el PNV. “Eso, en teoría, le daba dos años más de margen”, se recuerda en la docuserie La última llamada, de Movistar Plus+, que repasa las cuatro últimas décadas de la política española. Aquella noche, Rajoy se fue a dormir feliz. Ocho días después, sería destituido por una moción de

censura presentada por Pedro Sánchez, excusándose en una parte de la sentencia de la Audiencia Nacional sobre la trama Gürtel, que condenó al PP como partícipe a título lucrativo por la primera época de actividades de la trama, entre 1999 y 2005.

El jueves 31 de mayo, mientras en el Congreso se debatía su futuro como líder del Ejecutivo, la vicepresidenta Soraya Sáenz de Santamaría y su bolso ocupaban el escaño de Rajoy. El gallego, varios ministros y parte de su equipo estaban en el restaurante Arahy, en la calle Alcalá, a pocos minutos andando del Parlamento.



(Reuters)

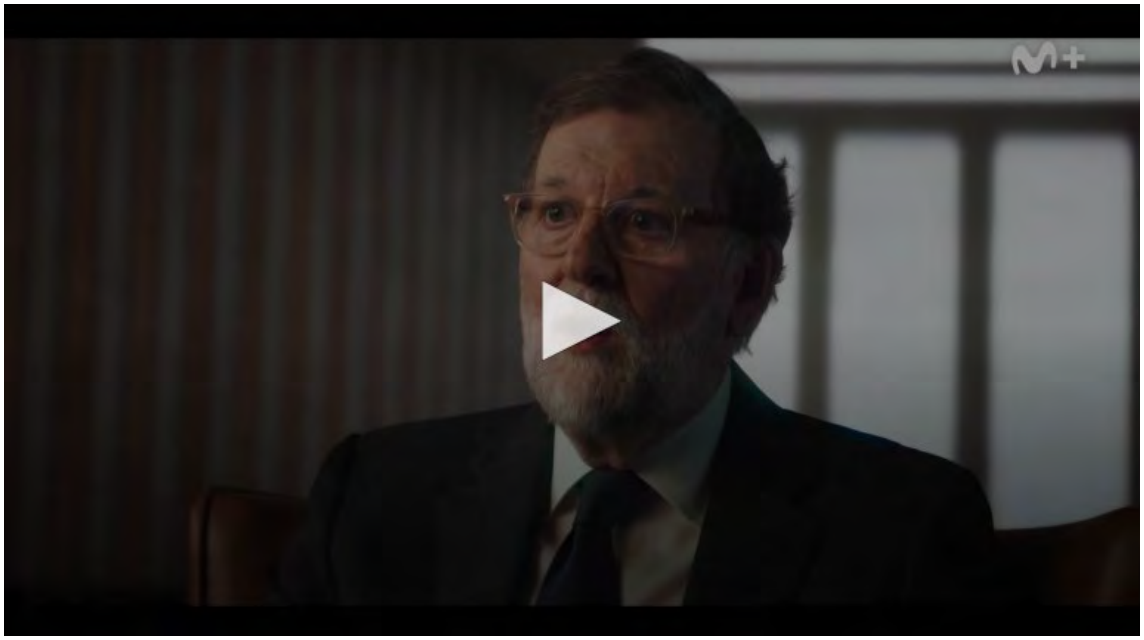
"Esa moción se convirtió, en vez de un programa de gobierno de Pedro Sánchez, en leches a Mariano Rajoy, con perdón", recuerda en dicho documental Sergio Ramos, asistente del presidente. "Por ello nos fuimos comer. En ese restaurante, para pasar al reservado, hay que atravesar la cocina. A Rajoy le gustaba mucho porque se quedaba charlando. Imagínate, está habiendo una moción de censura en España y el cocinero ve al presidente atravesar la cocina y pararse a hablar con él con total naturalidad", recuerda.

La imagen de Rajoy en una sobremesa interminable mientras el Congreso debatía su destitución dio la vuelta al país. "Si alguno de los de aquí me puede garantizar que si yo dimito va a haber un miembro del Partido Popular que sea presidente, yo hoy dimito", dijo Rajoy entonces, como se recuerda en el episodio. "Pero no caigamos en la trampa de dimitir y que Pedro Sánchez, en un debate de investidura, sea presidente con mayoría simple".

“Él murió en una sobremesa”, resume Ignacio Peyró, su redactor de discursos. “Era una cuestión del destino.” Rajoy lo admite: “Al final, ya lo que se discutía no era si me iban a echar a mí, sino qué opinaban del programa de Sánchez. En cualquier caso, tampoco estuve cuando me puso una moción Pablo Iglesias -un año antes-. Ahora lo veo y digo: ”Oye, quizá tenía que haber estado las dos veces. No hubiera cambiado nada. Pero uno también es un ser humano.”

“Estas cosas a veces pasan”

Al día siguiente, el presidente preparó su despedida. “Esa mañana quedé con él en su despacho”, recuerda José Luis Ayllón, su jefe de gabinete. “Intenté mantener la compostura, pero casi me echo a llorar. Fue él quien me dijo: ‘Anímate, que estas cosas a veces pasan’.”



Tráiler de 'La última llamada' (Movistar Plus+)

Cuando llegó el momento de la votación, el resultado confirmó lo inevitable: “Votos emitidos, 350. Votos a favor de la moción de censura, 180. Queda aprobada la moción de censura”, se escuchó en el hemiciclo. Rajoy entonces pronunció sus últimas palabras como presidente: “Ha sido un honor, no lo hay mayor, haber sido presidente del Gobierno de España. Ha sido un honor dejar una España mejor de la que encontré.” “Fue un epílogo emotivo pero contenido”, dice Andrés Medina. Con su salida, añade el narrador, se fue también una forma de hacer política: “probablemente aburrida y gris, pero más estable”.

“Decía Pío Cabanillas: ‘Dejas de mandar cuando ves que ya no suena el teléfono’. Pero a mí me trae sin cuidado eso de dejar de mandar“, finaliza el exmandatario.

infobae

ESPAÑA

El testamento del abuelo de Zapatero que le “motivó” a terminar con la cúpula de ETA: “Ya me puedo morir tranquilo”

Su abuelo, el capitán republicano Juan Rodríguez Lozano, fue fusilado el 18 de agosto de 1936, un mes después del alzamiento

Por **Elena L. Villalvilla** 18 Oct, 2025 05:15 p.m. ESP



José Luis Rodríguez Zapatero en 'La última llamada' (Movistar Plus+)

El presidente socialista José Luis Rodríguez Zapatero llegó al final de su mandato en 2011 con un objetivo que había perseguido desde el primer día que puso un pie en la Moncloa: poner fin a ETA. A pesar del atentado en la T4 de Barajas, que en 2006 truncó el alto el fuego y se cobró la vida de dos personas, el entonces presidente del Gobierno mantuvo la convicción de que el diálogo era el único camino posible. “Los canales con ETA no se habían cerrado del todo”, narra la voz en off del capítulo tres de La última llamada, la serie documental de Movistar Plus+ sobre el mandato de los

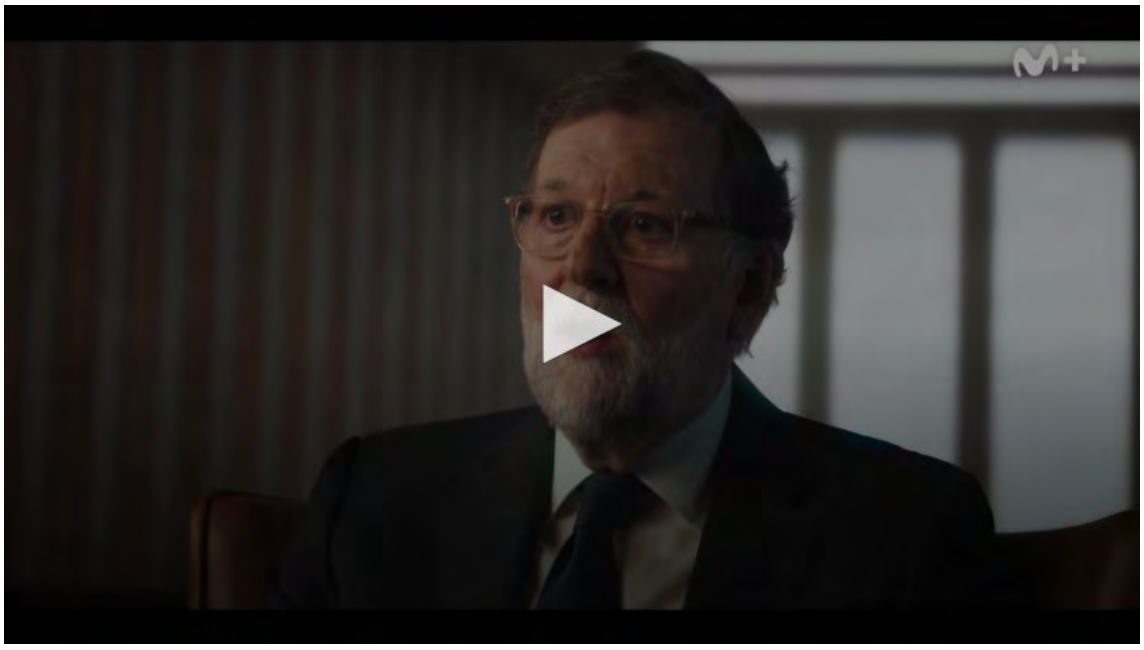
cuatro últimos presidentes del Gobierno en democracia, desde que Felipe González empezó su mandato en 1982 hasta el fin de Mariano Rajoy en 2018. “El presidente cree que puede poner fin a la violencia”, se asegura.

Una de las mayores creencias de Zapatero fue que podía mantener el diálogo con ETA. Esa convicción le vino de familia. “La figura de mi abuelo es el hecho capital político de mi trayectoria, sin duda alguna”, confiesa Zapatero. “Es el hecho fundacional que me ha inspirado, que me ha motivado”.

Su abuelo, el capitán republicano Juan Rodríguez Lozano, fue fusilado el 18 de agosto de 1936. Zapatero tenía 14 años cuando su padre le mostró el testamento que el militar escribió la noche antes de ser ejecutado. “Es muy impactante”, recuerda el expresidente. “Arranca diciendo: ‘Muero inocente y perdono. Pido a mis familiares y descendientes que perdonen’. Eso ha estado muy presente en mí. Me generó, sobre todo, una especie de desafío en favor de la no violencia”.

Desafío en favor de la no violencia

Aquel mensaje, heredado de una guerra civil y de un gesto de perdón frente al odio, se convirtió en el motor íntimo del proceso de paz. “Sabíamos cómo estaban las cosas”, relata Zapatero. “Con cierta frecuencia, cada dos meses, ellos enviaban mensajes. Querían llegar, querían negociar.”



Tráiler de 'La última llamada' (Movistar Plus)

Miguel Sebastián, entonces ministro de Industria, lo resume con una mezcla de orgullo y asombro: “Ahí sí que demostró que es, afortunadamente, cabezota. A pesar de todo lo que ocurrió con la T4, él siguió con el proceso

hacia adelante." Jesús Eguiguren, presidente del Partido Socialista de Euskadi entre 2002 y 2014, fue el enlace con el entorno de la banda. "Yo me seguía reuniendo con Arnaldo [Otegi]y él me iba contando los resultados de las asambleas, por tanto el camino ya era casi irreversible.

Finalmente, la decisión se tomó en París. "Esto quizá no se sabe mucho", admite Zapatero. "En una reunión con la cúpula de ETA. Allí se decidió el final de la violencia". El 20 de octubre de 2011 la organización emitió su comunicado anunciado el cese definitivo de su actividad armada.

Zapatero quiso vivir aquel momento solo. "Quise sentirlo en intimidad, porque solo había decidido arriesgar todo por ese final. Me emocioné, con algunas lágrimas que no son frecuentes en mí. Llamé a mi padre, llamé a mi hermano." Su hermano, Juan Ángel Rodríguez Zapatero, recuerda la llamada: "'Ya me puedo morir tranquilo", le dijo al anunciar lo conseguido.

EL DEBATE
FUNDADO EN 1910



El expresidente del Gobierno Mariano Rahoy en el estreno de La última llamada Movistar Plus

Rajoy solo consideró dimitir durante la moción de censura de Sánchez a cambio de que el PP siguiera en el Gobierno

En la docuserie La última llamada de Movistar Plus+, el expresidente del Gobierno expresa en relación con el procés que «'me fijé a mí mismo una línea roja 'si hay una declaración de independencia yo aplico el 155'»

Redacción El Debate 21 oct. 2025

El expresidente del Gobierno Mariano Rajoy se negó a dimitir durante la moción de censura que lo apartó del poder en junio 2018, ya que hacerlo habría allanado el camino para que Pedro Sánchez llegase a la Moncloa con una mayoría simple. Así se manifiesta en la serie documental La última llamada, una producción de Movistar Plus+ que se estrenó el pasado jueves y que cuenta con cuatro episodios.

Cada capítulo se centra en uno de los exmandatarios –Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y el propio Rajoy– reconstruyendo los principales episodios de la historia reciente de España desde una mirada íntima. A través de entrevistas y los relatos de asesores, ministros o familiares, el documental ofrece una visión del momento en que cada presidente debe tomar decisiones cruciales en soledad: la última llamada que puede marcar el rumbo de un país.



Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy en 'La última llamada' Movistar Plus+

La moción de censura de Sánchez

Rajoy dirige duras críticas al Partido Socialista por haber justificado la moción de censura basándose en una expresión concreta incluida en la sentencia del caso Gürtel, en la que el PP fue señalado como partícipe a título lucrativo por su implicación en la primera etapa de la trama (1999-2005).

«Cuando vi que sale la sentencia y de la sentencia se extrae una frasecita y eso es lo que se vende, ya dije yo aquí hay algo y luego efectivamente, pues la anunciaron», explica Rajoy en la serie.

El expresidente insiste en que, al conocerse el alcance del escándalo, su partido actuó con diligencia para depurar responsabilidades. «Es verdad que un partido político donde hay tantos afiliados como el Partido Popular, pues mire, este es un reflejo de la sociedad española y habrá gente mejor y gente peor», sostiene.

Uno de los momentos reveladores del documental lo protagoniza Sergio Ramos, asesor del entonces jefe del Ejecutivo, quien recuerda una conversación mantenida durante una comida entre Rajoy y su equipo de confianza.

«(Rajoy) dijo: Si alguno de los de aquí me puede garantizar que si yo dimito, va a haber un miembro del Partido Popular que sea presidente del Gobierno de España, yo hoy dimito. Si se me garantiza. Pero no caigamos en la trampa de dimitir y que Pedro Sánchez en un debate de investidura sea presidente con mayoría simple», relata Ramos.

Rajoy también se pronuncia sobre la polémica ausencia que protagonizó durante el debate de la moción de censura en el Congreso. Según explica, cuando se desarrolló la sesión ya no estaba en juego su permanencia en el cargo, sino el futuro del nuevo Gobierno que lideraría Sánchez.

«En aquel momento ya no se decidía si le iban a echar sino «el programa» de Sánchez como presidente y que, tras «castañazos todos los días», «uno también es un ser humano»», recuerda. Además, añade: «En cualquier caso, tampoco estuve cuando me puso una moción de censura a Pablo Iglesias. Ahora lo veo y digo, oiga, pues a lo mejor tenía que haber estado las dos veces».

El 'procés' y el artículo 155

El documental también profundiza en los momentos previos a la aplicación del artículo 155 de la Constitución, tras la declaración unilateral de independencia en Cataluña. Rajoy rememora las conversaciones mantenidas con figuras destacadas del ámbito empresarial catalán: «Y todos decían que allí se habían vuelto locos, pero nadie hacía nada. Eso es el mensaje que a mí me transmitía. ¿Y qué vas a hacer? Pues mira, voy a intentar que no llegue la sangre al río».

El entonces presidente del Gobierno subraya que su intención no era intervenir la autonomía catalana: «Yo «no tenía ningún interés» en que se aplicara ese precepto constitucional porque en el fondo era afirmar que hay una «situación de anomalía»». Sin embargo, marcó un límite claro: «Me fijé a mí mismo una línea roja y la línea roja fue 'si hay una declaración de independencia, yo aplico el 155'. Yo creo que hice lo que tenía que hacer y desde luego mi conciencia quedó muy tranquila».

Rajoy recuerda también el contexto económico en el que asumió la presidencia. Según sus palabras, España se encontraba en una situación de «prequiebra económica». «A mí todos los días me preguntaban, ¿cuándo va a pedir el rescate?», afirma en uno de los pasajes del documental.

Entre las medidas que más controversia generaron, destaca la subida del tipo general del IVA, del 18 % al 21 %. Sobre ello, reconoce: «Aunque la gente no se lo crea, somos seres humanos», y añade que, a pesar del desgaste político que supusieron aquellas decisiones, «el gran objetivo nacional de superar la crisis, se consiguió» y que aquello «fue muy satisfactorio».

Para Rajoy, un gobernante debe actuar en conciencia y sin dogmatismos. En su intervención, recupera una conocida frase del exministro Pío Cabanillas que refleja su visión sobre el ejercicio del poder: «Dejas de mandar cuando ves que ya no suena el teléfono. Pero a mí me trae sin cuidado eso de dejar de mandar».

EXTRATELE TV Y AUDIENCIAS | PROTAGONISTAS | VISTO EN LA RED

Entrevista
EXTRATELE

‘La última llamada’ o cómo sentar a los cuatro expresidentes en la misma mesa: “El balón circulaba y ellos lo pidieron”

ElPlural.com ha podido hablar con su creador, Álvaro de Cózar, que ha desgranado el detrás de cámara con los expresidentes

ANDREA CABANILLAS
20/10/2025 - 07:23



Zapatero en 'La última llamada'. MOVISTAR PLUS+

Álvaro de Cózar ha logrado sentar a los cuatro expresidentes del Gobierno de la democracia -Felipe González, José María Aznar, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy- ante las cámaras de La última llamada (ya disponible en Movistar Plus+). Cada uno de ellos ha hecho un repaso a su paso por La Moncloa,

buceando en sus recuerdos aunque eso implique rememorar algunos de los momentos más complicados del país. ElPlural.com ha podido hablar con Cózar, periodista y creador de la serie, con el que ha desgranado cómo fue el desarrollo de la producción y lo que se esconde tras esta 'exposición' de los presidentes.

Pregunta: Habéis sido los primeros en reunir en una misma producción a los cuatro expresidentes del Gobierno, ¿cómo surgió la idea?

Respuesta: Éramos varias productoras (Kowalski Films, Feel Good Media y True Story) que queríamos hacer un proyecto audiovisual que tenía que ver con la política. Estaba centrado en la idea de hacer algo sobre asesores, La Moncloa y todo ese mundo que no es muy conocido. Cuando nos pusimos a ello, nos dimos cuenta de que, si nos metíamos ahí, había que subir el escalón a los presidentes. Ese fue un poco el germen a partir del que trabajamos hasta llegar a ese concepto de última llamada.

(P): ¿Cómo lo planteasteis para no caer en juicios a la hora de hacer un repaso tan exhaustivo de las legislaturas?

(R): Ese era el reto. Nos interesaba más esa parte más humana porque pensamos que determina mucho las relaciones entre distintos mandatarios, las relaciones con los asesores y, muchas veces, las decisiones también. La idea de no abordar las cosas con juicios siempre lo hemos tenido en la cabeza.

A mí me interesa la escala de grises, y el blanco o el negro son conceptos que están ahí, pero solo me interesa esa escala de grises que es donde vas a encontrar los matices. No se trata de cambiar de opinión viendo este documental, sino de ponerte en la piel de esas personas que al final son ciudadanos que, de pronto, se ponen ahí. Y eso tiene una serie de sacrificios y momentos muy duros.

Me interesa la escala de grises, donde encuentras los matices”

(P): ¿Los cuatro presidentes aceptaron a la primera?

(R): No dijeron que no, pero sí lo maduraron y lo estudiaron. Hubiera sido difícil si tres te dicen que sí y uno que no porque te quedarías preguntándote cómo convencerle, pero no fue el caso. Cuando les explicamos y vieron que el proyecto era sólido, que estaba Movistar Plus+ detrás, que el concepto de la última llamada les parecía atractivo, dijeron que sí.

(P): ¿Alguno marcó algún tipo de línea roja a la hora de tratar algún asunto?

(R): No, no ha habido líneas rojas. He podido preguntar lo que quería, luego he tenido mejores y peores respuestas. Hay temas en los que te das cuenta de que te repiten una cosa y ya está, no quieren salir de ahí. Eran entrevistas distintas porque lo que quieres es que recuerden y relaten cosas, no solo anécdotas, sino sensaciones. Entonces tienes que llevarles a un sitio medio cómodo donde se relajen, y de ahí la escenografía que montamos.

(P): Viendo los cuatro capítulos, el espectador asiste a una cronología que permite entender que hoy somos lo que somos porque en el paso se dieron todos los pasos que se recuerdan en la serie.

(R): Cuando ves los cuatro relatos seguidos te da la sensación de que la historia, con mayúsculas, tiene bastante sentido narrativo, cierta lógica. A veces, un presidente se construye por oposición al que está antes. De hecho, es muchas veces lo que los votantes buscan. Si con este no se ha ido mal, o ya estamos cansados de este, pues al contrario.

Los cuatro pertenecían todavía a una política en la que las cosas eran más lentas. A partir de los últimos de Rajoy, ya se va viendo que este nuevo mundo, este universo de vértigo informativo, de redes sociales, de noticia continua. Eso iba a determinar una forma nueva de hacer política.



Rajoy, González, Aznar y Zapatero con el presidente de Telefónica, Marc Murtra. MOVISTAR PLUS+

(P): ¿Tuviste la sensación de que buscaban una redención?

(R): Podría ser, pero creo que lo que buscaban era explicarse. Son conscientes de que, si tú no cuentas tu relato, lo contará otro. La idea es cómo vivieron ellos todas esas cosas. Ellos son muy conscientes de que, ante la opinión, el presidente no se redime, es lo que hicimos y ya está. Lo que sí pueden es ver ángulos que no vieron o percibieron de esa forma.

(P): ¿Crees que han hecho autocrítica? En el caso de Aznar, es llamativa la visión que tiene de lo ocurrido en la Guerra de Irak o en el 11M. "Los errores se reconocen cuando se sabe la historia", dice textualmente.

(R): Lo que viene a decir es: 'cuando yo tomé esas decisiones, era no era la información que teníamos y con lo cual no era un error'. Para mí, justo es a lo que le llamo error, al guiarte por cosas que no resultaron ser ciertas por no tener la información. Está claro que Aznar, la parte de la guerra de Irak, considera que no tiene sentido reconocerlo como un error a posteriori, pero sí que reconoce que no había armas de destrucción masiva.

(P): ¿Percibiste en ellos un miedo a sentirse vulnerables aún hoy en día?

Probablemente Zapatero es el que sea un poco distinto, es el que tiene menos problemas para mostrar cierta vulnerabilidad. Felipe y Aznar son de otra generación a la que les cuesta más expresarse emocionalmente, porque antes no se hacía la misma introspección ni se reconocía la vulnerabilidad. En general, es difícil sacarles una muestra de esa vulnerabilidad.

Hay un momento en la serie que me encanta, que es cuando le ponemos a Felipe González la imagen de él con su hija en el pasado. Ahí hay dos segundos en los que les ves mirando la foto y le sale una sonrisa. Creo que es su momento de mayor vulnerabilidad. En esa sonrisa hay toda una historia de sacrificios, familiares también, y es como si, de pronto, se te abriese la puerta e imaginaras a esa niña pequeña con su familia metida en La Moncloa.

He podido preguntar lo que quería, luego he tenido mejores y peores respuestas ”

(P): A lo largo del documental, todos ellos hablan de esa soledad ligada al cargo, del peso del poder, y de cómo todo ello pudo influir en sus relaciones personales.

(R): Creo que se trata, más bien, del peso de la responsabilidad. La responsabilidad se produce finalmente en soledad, pero yo creo que lo que realmente da el peso es la responsabilidad. Tengo que decidir entre esto y esto, y mañana hay gente que va a sufrir las consecuencias de mi decisión. El marrón lo tienes tú, por eso La última llamada. Pero es cierto que están arropados, tiene un equipo, el dibujo completo de tu país.

Pero, incluso con mucha información, eso no quita que haya consecuencias. Sabes que muchas veces estás haciendo lo correcto, pero al día siguiente va a haber gente que se queda sin puesto de trabajo, que no va a cobrar su pensión que directamente va a morir, como ocurrió en el caso de Miguel Ángel Blanco.

Es una vida en la que ellos quisieron estar y no hay que tener compasión por ellos, porque ellos se quisieron poner ahí, pero es una vida que muchos no querríamos.

(P): ¿Crees que son más parecidos de lo que parece?

(R): No, no creo que sean muy parecidos. Sí que tienen en común la querer de estar ahí. El balón circulaba, ellos lo pidieron y dijeron: 'venga, tiro el penalti'. Eso te hace ver que son personas con ambición

(P): ¿Quién crees que es el que más influencia tiene actualmente en la política o en su partido?

(R): Zapatero tiene una influencia ahora mismo en el Gobierno actual muy evidente. Para el Partido Socialista es una referencia, no así el presidente González, con el que hay una especie de divorcio.

La historia de Felipe es la de un tipo que empieza a modernizar España con un plan, pero que sabe que tiene que gobernar para todos los españoles y empieza a tomar decisiones que le van alejando del partido. Creo que González fue un presidente para todos los españoles, pero no especialmente para su partido.

DiariodePontevedra

PAÍS: España
PÁGINAS: 32
AVE: 1689 €
ÁREA: 256 CM² - 47%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 4398
OTS: 29000
SECCIÓN: ESPAÑA

21 Octubre, 2025





Ana Botella, con el salón regio recreado a sus espaldas con realidad virtual como el salón de columnas de la Moncloa. MOVISTAR +

El Círculo de las Artes de Lugo, set para la serie sobre los últimos 4 expresidentes

▶ Ana Botella, mujer de Aznar, aparece durante su entrevista en 'La última llamada' con el salón regio recreado de forma virtual

▶ El expresidente popular defiende en la docuserie que su Gobierno "dijo la verdad en todo momento" tras el atentado del 11-M

IVET NÚÑEZ/AGENCIAS

LUGO. El salón regio del Círculo de las Artes de Lugo acogió el rodaje de uno de los capítulos de 'La última llamada', la serie de Movistar+ en la que los cuatro expresidentes españoles analizan su etapa al frente del Gobierno. El escenario lucense aparece en el segundo capítulo de la docuserie, cuando Ana Botella habla de la etapa en la que su marido, José María Aznar, fue presidente.

Según confirmaron fuentes del Círculo de las Artes, un equipo se desplazó hasta Lugo para grabar el salón para después reproducirlo virtualmente como fondo de la entrevista de Ana Botella, que nunca estuvo en la ciudad. Se escogió esta sala del Círculo por su similitud con el salón de columnas de la Moncloa.

'La última llamada' dedica un capítulo a cada presidente español. En el suyo, Aznar relató el atentado de Eta que sufrió el 19 de abril de 1995 y cómo tuvo que salir "gateando del coche" tras la explosión o su decisión de que España entrara en el euro en la primera fase, algo que "no fue fácil" porque hubo que tomar medidas como la de congelar salarios durante dos años a los empleados públicos.

Aznar defendió además la 'foto de las Azores' entre George W. Bush, Tony Blair y él mismo, previa a la invasión de Irak en marzo de 2003.

Al ser preguntado si reconoce que cometió un error, Aznar respondió: "Yo no. Es que todos esos errores se reconocen cuando ya se sabe la historia". En este sentido, el expresidente del Gobierno señaló que a él "ese tipo de razonamientos" le "parecen inútiles" porque "uno no juzga en un momento determinado por lo que sabe después, sino por lo que sabe en ese momento".

La serie rememora también los atentados del 11 de marzo. "Lo que quiero decir con mayor énfasis es que el Gobierno dijo la verdad en todo momento, en todos los minutos del día", afirmó Aznar, para destacar que "desde el primer momento la decisión fue que las elecciones se celebrasen por encima de todo".

El periodista Álvaro de Cózar se embarcó en crear un documento inédito hasta la fecha: una serie de televisión en la que por primera vez aparecen los cuatro expresidentes de la democracia que siguen vivos hablando sobre cómo vivieron momentos clave para la historia de España.

DE GONZÁLEZ A RAJOY. ¿Cuál fue el día más duro como presidente para José María Aznar?, ¿cómo encajó Felipe González el referéndum sobre la permanencia de España en la Otan?, ¿y José Luis Rodríguez Zapatero la bajada de sueldo de los funcionarios?, ¿cómo recuerda Mariano Rajoy la tarde en la que supo de su abrupta salida de Moncloa?.

A través de entrevistas con los expresidentes y personas de su entorno, 'La última llamada' realiza un viaje por la historia de España de las últimas cuatro décadas, desde que González ganó las elecciones de 1982 hasta que Rajoy dejó de ser presidente tras la moción de censura en 2018.

La serie toma su título de esos momentos de intimidad en los que un presidente ya no tiene a nadie a quien llamar y tiene que tomar decisiones por sí mismo.

Cada uno de ellos, cuenta De Cózar, tenía un modo distinto de hacerlo, pues Zapatero las tomaba en soledad "subiendo cada vez una planta más en Moncloa, retirándose hacia sus aposentos" y Rajoy "caminando en su máquina andadora".

El Progreso

PAÍS: España
PÁGINAS: 1,31
AVE: 3626 €
ÁREA: 276 CM² - 49%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 11421
OTS: 69000
SECCIÓN: PORTADA

21 Octubre, 2025





Ana Botella, con el salón regio recreado a sus espaldas con realidad virtual como el salón de columnas de la Moncloa. MOVISTAR +

El Círculo de las Artes de Lugo, set para la serie sobre los últimos 4 expresidentes

▶ Ana Botella, mujer de Aznar, aparece durante su entrevista en 'La última llamada' con el salón regio recreado de forma virtual

▶ El expresidente popular defiende en la docuserie que su Gobierno "dijo la verdad en todo momento" tras el atentado del 11-M

IVET NÚÑEZ/AGENCIAS

LUGO. El salón regio del Círculo de las Artes de Lugo acogió el rodaje de uno de los capítulos de 'La última llamada', la serie de Movistar+ en la que los cuatro expresidentes españoles analizan su etapa al frente del Gobierno. El escenario lucense aparece en el segundo capítulo de la docuserie, cuando Ana Botella habla de la etapa en la que su marido, José María Aznar, fue presidente.

Según confirmaron fuentes del Círculo de las Artes, un equipo se desplazó hasta Lugo para grabar el salón para después reproducirlo virtualmente como fondo de la entrevista de Ana Botella, que nunca estuvo en la ciudad. Se escogió esta sala del Círculo por su similitud con el salón de columnas de la Moncloa.

'La última llamada' dedica un capítulo a cada presidente español. En el suyo, Aznar relató el atentado de Eta que sufrió el 19 de abril de 1995 y cómo tuvo que salir "gateando del coche" tras la explosión o su decisión de que España entrara en el euro en la primera fase, algo que "no fue fácil" porque hubo que tomar medidas como la de congelar salarios durante dos años a los empleados públicos.

Aznar defendió además la 'foto de las Azores' entre George W. Bush, Tony Blair y él mismo, previa a la invasión de Irak en marzo de 2003.

Al ser preguntado si reconoce que cometió un error, Aznar respondió: "Yo no. Es que todos esos errores se reconocen cuando ya se sabe la historia". En este sentido, el expresidente del Gobierno señaló que a él "ese tipo de razonamientos" le "parecen inútiles" porque "uno no juzga en un momento determinado por lo que sabe después, sino por lo que sabe en ese momento".

La serie rememora también los atentados del 11 de marzo. "Lo que quiero decir con mayor énfasis es que el Gobierno dijo la verdad en todo momento, en todos los minutos del día", afirmó Aznar, para destacar que "desde el primer momento la decisión fue que las elecciones se celebrasen por encima de todo".

El periodista Álvaro de Cózar se embarcó en crear un documento inédito hasta la fecha: una serie de televisión en la que por primera vez aparecen los cuatro expresidentes de la democracia que siguen vivos hablando sobre cómo vivieron momentos clave para la historia de España.

DE GONZÁLEZ A RAJOY. ¿Cuál fue el día más duro como presidente para José María Aznar?, ¿cómo encajó Felipe González el referéndum sobre la permanencia de España en la Otan?, ¿y José Luis Rodríguez Zapatero la bajada de sueldo de los funcionarios?, ¿cómo recuerda Mariano Rajoy la tarde en la que supo de su abrupta salida de Moncloa?.

A través de entrevistas con los expresidentes y personas de su entorno, 'La última llamada' realiza un viaje por la historia de España de las últimas cuatro décadas, desde que González ganó las elecciones de 1982 hasta que Rajoy dejó de ser presidente tras la moción de censura en 2018.

La serie toma su título de esos momentos de intimidad en los que un presidente ya no tiene a nadie a quien llamar y tiene que tomar decisiones por sí mismo.

Cada uno de ellos, cuenta De Cózar, tenía un modo distinto de hacerlo, pues Zapatero las tomaba en soledad "subiendo cada vez una planta más en Moncloa, retirándose hacia sus aposentos" y Rajoy "caminando en su máquina andadora".



Patricia López Arnaiz y Alauda Ruiz de Azúa durante el rodaje de 'Los domingos' · Fotografía: DAVID HERRANZ

ENTREVISTA

Alauda Ruiz de Azúa: "Como directora quieres tener la sensación de que, lo que estás viendo, lo ves por primera vez"

La realizadora, flamante ganadora de la Concha de Oro del último Festival de San Sebastián, estrena en cines 'Los domingos', su tercer largometraje, el 24 de octubre

MATÍAS G. REBOLLEDO 21.10.2025

Es la ganadora de la última Concha de Oro del Festival de San Sebastián y, más allá de lo que depare la temporada de premios recién inaugurada, su nombre ya se mide el palmarés con los Éric Rohmer, Terrence Malick, Víctor Erice o Manuel Gutiérrez Aragón del pasado. Alauda Ruiz de Azúa (Barakaldo, 1978), ganadora del Goya por 'Cinco lobitos' y ya una de las directoras más respetadas de nuestro audiovisual contemporáneo por su mirada certera a la hora de desnudar nuestras genealogías

familiares y enfrentarnos a la complejidad de la costumbre, estrena nuevo largometraje. 'Los domingos', protagonizada por la joven debutante Blanca Soroa, es una exploración de la fe, sus prejuicios y sus venenos, en clave de linaje: una joven zeta, a medio camino entre la revelación genuina y la influencia de su educación, se plantea la posibilidad de convertirse en monja ante la mirada atónita de su padre (Miguel Garcés), la ira de su tía (Patricia López Arnaiz) y la complicidad de la Madre Superiora (Nagore Aranburu). En Kinótico, apenas a unos días del estreno del 24 de octubre, hablamos con la realizadora vasca acerca del que quizá fuera el título más comentado del último Zinemaldi.

¿Cómo escribe Alauda Ruiz de Azúa? ¿Cómo es ese enfrentarse al folio en blanco?

Siempre, antes de escribir, hay algo de pensar mucho sobre lo que me interesa, sobre lo que me emociona, lo que me inquieta de la historia, del tema de la película. Entonces, seguramente haya unos primeros escritos muy caóticos y muy de sensaciones, de preguntas. Además, es un sitio muy íntimo. Hay una frase, que me parece que es de Annie Ernaux y no sé si la voy a decir bien, pero viene a decir como que uno tiene que escribir pensando como si estuviera muerto. Ese es el nivel de intimidad que busco, el de dejar a un lado lo que el mundo pueda pensar de lo que escribes. Entonces, creo que hay un momento muy íntimo, de esas primeras sensaciones, esas primeras preguntas, muy caótico. Luego es cuando empiezas a quedarte con lo que aguanta el tiempo en tu cabeza, como reflexión, y a definir la historia a partir de ahí.



Blanca Soroa en un fotograma promocional de 'Los domingos', de Alauda Ruiz de Azúa · Fotografía: DAVID HERRANZ

Has hablado muchas veces de la película como un lugar en el que desprenderse de prejuicios. Quería preguntarte por tu propio proceso de prejuicios, ¿cómo se hace eso? ¿Cómo se llega más limpia a ese proceso de escritura, a preparar la película?

Primero, hay que ser consciente de que todos tenemos algún tipo de prejuicio y de que todos, al final, manejamos algún tipo de estereotipo. Esto fue muy importante en el proceso. Había una cosa interesante, y es que en mi equipo de productoras y productor no todas las personas tenían la misma sensibilidad religiosa. Había una mayoría de personas no creyentes, de educaciones laicas, pero también había gente que había tenido educación religiosa, pero no era creyente, y una persona que sí que es creyente y que había tenido educación religiosa. Entonces, a través de la conversación con mis productoras y mi productor, en ese momento más embrionario del proceso, tú también de alguna manera vas desmontando, vas detectando cuáles son los prejuicios que tú puedes tener. Tiene que ver con estar en contacto con la visión del otro y de meterte ahí en esa mirada por un momento. Ahí yo creo que empiezas a detectar los estereotipos, los prejuicios. Y luego a la hora de documentar la película, intentar ir con la mirada más humanista posible. De realmente de entender, como si fueras un poco un antropólogo. Primero, simplemente entender, y luego ya sacarás tus conclusiones, tus preguntas.

Siempre se ha alabado mucho tu tratamiento de la familia y de esas conversaciones íntimas y reveladoras. ¿Las cosas fluyen de manera anárquica o te gusta ceñirte a lo escrito, al guion? ¿Cómo funciona esa arquitectura?

Todo pasa por la construcción del trabajo actoral. Es verdad que normalmente el texto antes de rodar ya lo hemos leído, y para entonces yo ya he reescrito cosas que creo que igual no funcionaban, o que funcionaban mejor de otra manera. Entonces, cuando llegamos al set, el texto no suele cambiar mucho. Lo que sí hago es jugar mucho con el desde dónde lo pueden estar diciendo, tanto por propuestas que ellos puedan tener o por cosas que puedan sentir en el momento, que tienen sentido con la escena. O, incluso, a mí me gusta motivarles a probar cosas distintas. Siempre sabemos que todos los personajes tienen distintas cosas en juego, distintas emociones, sentimientos encontrados. Entonces, vamos jugando con eso. Al final, de alguna manera, como directora tú quieres tener la sensación de que, lo que estás viendo, lo ves por primera vez. Es el gran objetivo siempre. Entonces, en cada toma intentas cambiar algo, o que alguien haga algo distinto.

> *"Como narradora no puedo ir diciendo que hay una visión del mundo que es más válida que otra, o más real que otra"*

“

¿Cómo se le da forma y cómo se escribe un personaje como el de Miguel Garcés, un hombre al que la vida le pasa por encima y que en cierto sentido es el espectador medio, si es que eso existe?

Eso es lo bonito, ¿no? Que también existen personas a las que la vida les pasa por encima o que tienen la sensación de que nunca les sale nada bien. Yo siempre intento acompañar a los actores mucho, intento entrar mucho en su hilo de pensamiento y en lo que puede sentir el personaje. O sea, yo sé que ellos tienen el [sentir] suyo propio, yo también hago el mío, y de alguna manera lo compartimos, y de ahí sacamos las ideas. Entonces, en un personaje como el de Miguel Garcés, será muy interesante entender que es un personaje en el que conviven muchísimas cosas, y también nos interesan las cosas que lo hacen más humano. Nunca piensas en términos de tengo que construir un villano o un héroe, sino qué es lo que me resulta humano, dónde conecto yo con este personaje, a priori alejado de mí.



Fotograma promocional de 'Los domingos', de Alauda Ruíz de Azua · Fotografía: Movistar Plus+

Si esta película se hubiese hecho en Estados Unidos, se hubiese entregado a la imaginería católica, hubiese sido una película totalmente distinta, más barroca. Nosotros estamos más expuestos en la sociedad española, la sociedad vasca, a esa imaginería. ¿Cómo funciona tu planteamiento de lo formal para no entregarte a ello, agarrarte a lo narrativo?

Había una cosa, en cuanto al planteamiento de la película, que era que yo sé que tengo un personaje que cree que Dios existe y no solo eso, sino que tiene una conexión divina a veces, casi como sobrenatural con él. Pero claro, yo como narradora puedo contar esto dando por bueno que esa divinidad existe y haciéndola presente a través de efectos de sonido, movimientos de cámara, música, mil artificios... o puedo entender que ese es el viaje del personaje y que eso es lo que

voy a contar, que este personaje siente eso y que se relaciona con esa divinidad de esa manera. No voy a entrar en decir si eso existe o no existe, sino que me voy a centrar en su subjetividad, en mostrar lo que ella siente y de igual manera ese tratamiento está para los otros personajes. También me centro en la subjetividad del personaje de Maite [López Arnaiz] y entendemos lo que ella siente con respecto a lo que está ocurriendo. He tenido que hacer mucha reflexión, también sobre el margen que quería dejar al espectador en ese viaje.

> *"No me interesaba tanto irme a un sitio barroco, ni jugar con el imaginario. A mí me interesaba cómo esta vocación religiosa podía generar un abismo, una distancia"*

Al final, yo siempre tenía la sensación de que la película estaba construida con dos puntos de vista muy extremos y muy opuestos, como era el de la tía y el de la sobrina, que además era muy trágico porque era una tía y una sobrina que se quieren mucho, donde hay un amor muy real, y cómo de repente lo religioso entraba de por medio y generaba un abismo entre ellas. Entonces tenía que intentar mantener ese margen para que el espectador pudiera hacer también ese viaje. Me contuve mucho, y en el fondo no creo que me interesase tanto irme a un sitio barroco, ni jugar con el imaginario. A mí me interesaba más cómo esta vocación religiosa genera un abismo, genera esta distancia, y hasta qué punto dos personas pueden ver el mismo mundo de maneras tan distintas. Y la manera de entender que esas maneras sean muy distintas era a través de sus emociones. Como narradora no puedo ir diciendo que hay una visión del mundo que es más válida que otra, o más real que otra.

Estamos en octubre y empieza la temporada de premios, ¿te apetece este camino? ¿Te apetece otra vez estar respondiendo preguntas de periodistas estúpidos de aquí hasta febrero?

[Ríe] No, estúpidas no. Soy muy consciente. Y es muy cansado. La promoción es algo cansado y es verdad que para los que estamos en el lado creativo no siempre es la parte más gustosa. Pero yo soy muy consciente de que también es [un lugar] muy privilegiado. El hecho de que un proyecto, una película o una serie reciba atención de los medios, genere conversación y entre en una temporada de premios, es un sitio muy privilegiado en el fondo y significa además que has hecho algo que de alguna manera ha conectado, que alguien está valorando. Entonces, yo lo intento vivir desde ahí, celebrarlo porque es muy bueno para las historias, para que la gente igual vaya al cine y vea la película. Intento vivirlo desde ahí y cada vez intentar hacerlo mejor, con más paciencia.

Religión Digital

Director: José Manuel Vidal

Los Domingos entrevista a la directora

Alauda Ruiz de Azua: “lo que viven las personas que experimentan procesos de discernimiento vocacional es absolutamente real y muy poderoso”



“Desde mi increencia me cuesta creer en una intervención divina”

“Cinematográficamente el tema de la familia siempre me ha interesado”

“La oración de Charles de Foucauld es exactamente lo que yo buscaba para ese momento de la película”

20.10.2025 | Vicente Luis García Corres (Txenti)

Alauda es una directora con una larga experiencia en el mundo audiovisual aunque podemos decir que el último lustro ha sido el que la ha catapultado a la fama. Bien es cierto que es en estos últimos años cuando Alauda se ha embarcado en grandes proyectos, pero los resultados de los mismos son los que avalan que hoy sea una directora de referencia en el panorama del cine español. Seguro que recuerdan el título de “Cinco lobitos”.

Hablamos con ella sobre su último éxito, “Los Domingos”, voy a intentar llegar al alma de esta película de la mano de su directora Alauda Ruiz de Azua.

Pero antes permitirme hacer un comentario: me ha parecido una película sincera, valiente y muy cercana a la realidad. La última media hora me ha emocionado.



Entrevista

¿Por qué el tema de la vocación a la vida consagrada?

Hace muchos años asistí a una historia de una chica que ingresaba en una orden religiosa y me creó cierta curiosidad. Tiempo después me llegaron más historias. Y fui descubriendo cómo para muchas chicas plantear su posible vocación en casa les creaba conflictos, y a mi el tema de la familia siempre me ha interesado, lo abordé en “5 Lobitos”, en “Querer” y vi que había una historia que poder contar.

¿Dónde te has apoyado para conocer el interior de un proceso de discernimiento vocacional? ¿Cuáles han sido tus fuentes?

Procuro no dar muchos detalles para preservar la privacidad de quienes me han contado sus procesos personales que han sido mi fuente. He hablado con sacerdotes que llevan la dirección espiritual de estos procesos de discernimiento y también claro con familiares. A todas ellas me acerqué con mucha vocación de entender, casi con un espíritu de documental.

¿Crees en Dios? ¿Piensas que precisamente ese detalle te haya condicionado a la hora de abordar el tema?

No, yo no soy creyente. Seguramente me ha condicionado. Todos tenemos nuestra propia mochila. Pero esa condición de no creyente es lo que me llevó precisamente a hacer un gran esfuerzo por intentar entender a esas personas que sí son creyentes.

Una de las tramas más interesantes a mi juicio es ese debate interno que sufre la tía fundamentalmente, se debate entre el respeto a la fe de su sobrina y la incredulidad de que una vocación de vida consagrada pueda ser una opción que llene la vida de nadie. Se parte de una premisa, la vida religiosa por definición es castrante. ¿Puedo preguntarte si participas de esa creencia?

A mi modo de ver se plantea una misma realidad pero vista desde diversos puntos de vista. Evidentemente desde la postura de una persona no creyente la opción de la vida religiosa supone una vida de renuncias, pero cuando tu hablas con personas que han optado por ese tipo de vida entiendes que ellas lo ven de otra manera absolutamente distinta. Sin duda que la película se construye en base a esa tensión de las dos maneras de ver y vivir una misma realidad. Dos maneras que en cierto modo son irreconciliables lo que supone un drama. En la película concretamente es el caso de una tía y una sobrina que se quieren de verdad, pero están en posiciones diferentes.

¿la película te ha modificado algunos patrones, algunos prejuicios, algunos tópicos?

Seguro que sí. La película me ha permitido ver que todos los creyentes no responden a un mismo patrón. Para mí ha sido todo un aprendizaje del proyecto ser consciente de estas diversidades.



Me ha hecho ilusión escuchar un tema de mi buen amigo Luis Alfredo Díaz que es un clásico de la música católica, el "No adoréis a Nadie", y el uso de la oración de Charles de Foucauld, Padre me pongo en tus manos. Son dos referencias personales en mi vida como creyente también. ¿Esos recursos tienen su explicación también?

Todo lo que eliges tiene su razón de ser. En el caso de la canción de la Comunión nos pareció muy representativa de lo que se canta en esos momentos. Y en el caso de la oración está elegida muy a propósito para el momento de la película. Yo era consciente de que ese momento exigía una oración muy especial, y hablando con una persona me dijo que era su oración de cabecera. Y el texto me encajaba para lo que yo pensaba tenía que expresar ese momento de la película.

Y para terminar una última pregunta: ¿Crees que realmente hay un Dios que llama a las personas a vivir una vocación de vida consagrada?

Yo soy una persona no creyente. Pero sí puedo decir que he sentido que lo que viven las personas que experimentan estos procesos de discernimiento vocacional es absolutamente real y para ellas muy poderoso. Ello no quita para que desde mi increencia me cueste creer en una intervención divina.

Invita a ver la película

La película está planteada como un lugar de reflexión y de encuentro. Y que puede dar lugar a una conversación o reflexión con uno mismo o con el otro.



Non solum sed etiam

¡Qué importante es que las cosas de Dios y de la Iglesia las traten personas que no creen en Dios ni en la Iglesia! La visión que estas personas, que se acercan con respeto claro, nos aportan un tesoro para el diálogo de la fe con el mundo no creyente.

La increencia les impide ver la mano de Dios pero nunca tacharán de mentirosos a quienes lo viven desde la fe. Simplemente ellos se reconocen incapaces de verlo y vivirlo de la misma manera.

Lo he confesado en más ocasiones, mi mejor amigo es un agnóstico y anticlerical por la gracia de Dios, pero es tan buena persona que siempre le he pedido a Dios que no lo cambie, que ya se dará de morros con Él en la Vida Eterna que tiene ganada por buena persona y que será más divertido ver su pasado terrenal desde “el otro lado”.

Aunque la directora ha querido situar la historia en el 2024 yo he tenido en todo momento la sensación de estar viendo una historia de los 90. Quizá porque creo que hoy una historia de llamada vocacional se enmarcaría más en el contexto de una JMJ, un retiro de Bartimeo, Samuel, Effeta o Emaús, o en el entorno al fenómeno de Hakuna. Ahí habría situado yo la trama. Pero es una visión muy personal.

Sin duda la película es recomendable. Y sugiero pases en las diócesis de la mano de las delegaciones de pastoral vocacional y pastoral juvenil. Ahí dejo el guante para quien lo quiera recoger.

VOGUE
SPAIN

ENTREVISTA

Patricia López Arnaiz, actriz: "Una de las máximas que tengo como actriz es no juzgar nunca a los personajes. Es necesario creer en su modo de pensar"

La intérprete alavesa es una de las protagonistas de 'Los domingos', el largometraje de Alauda Ruiz de Azúa que se alzaba con la Concha de Oro en el último Festival de San Sebastián

Por Alberto Sisí Sánchez 20 de octubre de 2025



Existe una relación muy íntima entre Patricia López Arnaiz (Vitoria, 1981) y el Festival de San Sebastián. La actriz alavesa se alzaba en 2024 con la Concha de Plata a la mejor interpretación por su trabajo en Los destellos, de Pilar Palomero, y en 2025 se ha ido a casa con la Concha de Oro para su último trabajo, Los domingos, el segundo largometraje creado y

dirigido por la cineasta Alauda Ruiz de Azúa. Una historia sobre la vocación de una adolescente que siente la llamada de dios mientras estudia segundo de bachillerato. Es esa chica Ainara a la que da vida la debutante Blanca Soroa; Patricia López Arnaiz es Mayte, el contrapunto descreído a lo que está viviendo en casa. Miguel Garcés, Nagore Aranburu, Mabel Rivera y Juan Minujín completan el reparto de la que ya es una de las películas españolas de 2025.

"Por lo que está hablando la gente que ya ha visto la película –yo no tengo una perspectiva muy clara porque solo la he visto una vez en la tablet–, parece que hace pensar y dudar", cuenta la propia Patricia López Arnaiz a través de llamada telefónica el mismo día en el que se presenta en el Festival de San Sebastián Los domingos, que llega a las salas el 24 de octubre. La decisión de Ainara de explorar su vocación provoca un terremoto dentro de la familia vasca que se refleja en el filme. Una familia en la que, como ya sucedía en la ópera prima de la directora, Cinco lobitos, los silencios forman parte siempre de la conversación. El objeto de Alauda Ruíz de Azúa siempre fue encontrar respuestas tras vivir un caso muy cercano al que se ve en la película. "Los puntos de vista que muestra al final hablan de eso: la complejidad del tema. No siento que yo, por ejemplo, tenga todo más claro, pero la información que nos ha pasado Alauda no hace que te aclare más y eso que nos ha pasado muchísima información", explica la vitoriana.

"Hay testimonios de chavalas que han vivido estas experiencias, pero es que una transmisión audiovisual es otro lenguaje. Es muy complejo a la hora de comunicarlo. Esa dificultad entre la experiencia y lo inducido, o esa especie de manipulación cuando hay una carencias en el entorno, lo que se llama captación también, ofrece muchos puntos de vista diferentes", ahonda la actriz sobre la posibilidad de llegar a entender a quien toma una decisión como la de la protagonista. "Desde luego yo conozco el de mi personaje, que es el que he tenido que defender, pero no tengo todo lo demás mucho más claro. Es todo muy complejo".

Pone sobre la mesa Alauda Ruiz de Azúa todos los elementos para que el espectador haga su propio análisis. Los domingos no subraya y en ocasiones prácticamente se limita a la observación casi documental de lo que podría haber pasado en esa casa. No hay juicios ajenos, más allá de los de Mayte, la única de la familia que se opone radicalmente a la decisión de Ainara. "Si tienes una mirada respetuosa hacia las diferentes posturas lo puedes conseguir. Una de las máximas que tengo como actriz es no juzgar nunca a los personajes. Es necesario creer en su modo de pensar", admite la actriz. "No sé cómo hubiese podido caer en parodia, me parecía un tema muy potente. Mayte está perdiendo a una sobrina que siente que

está muy desamparada por unas dinámicas familiares y afectivas que le han tocado en su vida. Eso la convierte en carne de cañón para ser manipulada, así lo ve mi personaje".



David Herranz

El proceso de preparación y rodaje los llevó a todos a plantearse cómo abordar la situación. "No ha sido difícil entrar ahí porque Alauda escribe con mucho rigor y tiene en cuenta todos los puntos de vista. No es difícil hacer ninguno de los personajes, otra cosa ya es tu opinión personal. Alauda te da las herramientas para hacer cualquiera de ellos", comparte Patricia López Arnaiz. "Se nos pedía tener conciencia de todo lo que no dicen los personajes. En la familia de Los domingos hay muchas cosas que no se dicen porque el vínculo, aunque es muy potente y te marca, también es frágil. Hay mucho que no se dice. Hay un esfuerzo por mantener la familia en esos silencios", continúa. "Mayte tiene claro que hay que pararlo, pero tiene que reflexionar para hacerlo sin que todo explote por los aires. En el propio personaje hay un control a la hora de llevarlo a cabo, pero la situación es una olla exprés. No puede mantener las formas todo el rato, pero en esos silencios se busca también asegurar los vínculos familiares".

Hay dos escenas potentísimas dentro de Los domingos. Una la interpretan Nagore Aranburu y Patricia López Arnaiz, dos bestias de la interpretación vasca; otra, la propia López Arnaiz y Blanca Soroa. Llama la atención esta segunda siendo Soroa una recién llegada. "Blanca no había hecho nada

antes, pero es una chica superinteligente. Hemos sido testigos de cómo ha aprendido superrápido. Más allá de lo técnico se ha hecho muchas preguntas sobre el hecho en sí de trabajar. Además, tiene por naturaleza un temple y otras virtudes que le pueden ayudar en este oficio. He trabajado con una actriz, no la he visto como otra cosa. Ha sido una compañera".

Resulta imposible despedirse de la actriz sin preguntarle cómo vive los días de presentación en el Festival de San Sebastián, un lugar que objetivamente casi se ha convertido en hogar para ella. "Nunca sabes qué puede pasar, pero el proceso es bonito porque te vas enterando de la opinión de la gente. Esta mañana hemos hecho fotos en el interior del Kursaal y cuando nos íbamos ha coincidido con el pase de prensa. Salía la gente y han aplaudido tanto que ha sido superemocionante y algo superespontáneo", explica. "En este momento no sabemos todavía si la película llega o no así que ha sido increíble. Los premios luego nunca se saben y la gente no está permanentemente pensando en eso. No son el objetivo y estar en sección oficial ya es un reconocimiento y un escaparate muy beneficioso para la película", concluye.

infoLibre

¿Monja de clausura a los 17? Ruiz de Azúa indaga en la llamada de Dios: "Ellas lo viven como un primer amor"

- 'Los domingos', segunda película como guionista y directora de la cineasta, llega este viernes a los cines uniendo dos grandes temas: religión y familia
- "Ellas lo viven con la fuerza de un primer amor, de un enamoramiento. Es una de las cosas que más me llamó la atención", remarca la realizadora



Un fotograma de 'Los domingos' BTeam Pictures

David Gallardo @davidgallardo78 21 de octubre de 2025 06:01h

Ainara (Blanca Soroa) es una joven de 17 años en ese momento crucial en el que hay que decidir qué carrera universitaria estudiar. Su madre murió hace no tanto y su relación con su padre es tan aparentemente convencional como distante a esa edad. Pero hay un hueco que no consigue llenar hasta que de repente empieza a sentir la llamada de la vocación religiosa. Con tanta potencia que valora incluso, para estupor de su familia y amigas, convertirse en monja de clausura.

Ese es el motor de Los domingos, la segunda película como guionista y directora de Alauda Ruiz de Azúa (Barakaldo, 1978) tras el éxito de Cinco lobitos (2022) y de la serie Querer (2024). Un largometraje que llega este 24 de octubre a los cines y que, como en estos otros títulos, pone al espectador ante multitud de interrogantes y disyuntivas, todas ellas incómodas, siendo la principal de todas ellas la gran pregunta del millón: ¿es una cuestión de fe verdadera o la muchacha está siendo manipulada por su vulnerabilidad?

"Esa es la gran pregunta que sostiene la película. Hasta qué punto esa vocación religiosa es algo absolutamente genuino o espiritual, o está de alguna manera más construida por el mundo adulto, tanto el religioso como el familiar que rodea a la chica", plantea a infoLibre la cineasta, señalando, más allá del entorno más cercano, a ese joven sacerdote que ejerce como padre espiritual de la menor. "He intentado elegir las situaciones que a mí me parecían más cuestionables", apostilla. "Que el espectador se cuestione hasta qué punto una menor en esa situación, hablando de según qué cosas con un adulto, es acompañar en una búsqueda espiritual o se puede estar dando otro tipo de proceso", añade.



Para Miguel Garcés, que interpreta al padre de la chica, Los domingos es una cinta que crea una "incomodidad buena", pues según indica a infoLibre, "estamos en un tiempo donde todo son verdades absolutas, donde lo que buscamos en las películas, en los libros o en las noticias, es que nos reafirmen en nuestras convicciones". "Esta película es incómoda porque es capaz de ponerte en otra casilla diferente a la tuya. Y esto, ¡ay, amigo! Esto es complicado de gestionar. A veces, de repente tú mismo pones en duda cosas que tenías muy claras y creo que eso es bueno, no para compartir o acabar compartiendo otro punto de vista, pero igual sí para comprender al otro, no buscar todo el tiempo que me reafirmen en mi opinión", subraya.

"Tensión" es la palabra escogida por Ruiz de Azúa para definir este film, ya que provoca que no tengamos claro qué pensar o que nos deje un poco "tocados". No tiene la realizadora, aclara, ningún interés en ser "paternalista, ni decirle a nadie lo que tiene que pensar", pero sí que lanza "preguntas muy claras". Por ejemplo: "¿Cómo se construye una vocación? ¿Hasta qué punto es algo genuino o es algo más construido desde lo humano, desde lo educacional? ¿Qué peso tiene la institución de la familia, los relatos que nos hacemos de la familia en nuestra propia vida? ¿Cuánto nos puede costar romper con la familia, aunque no sea un sitio ni de refugio ni de afecto? ¿Cuánto nos impide a veces la superioridad moral intentar entender al otro? ¿O el miedo que a veces tenemos de entender algo porque pensamos que nos va a llevar a validarlo?"

> Se nos cuenta que la familia tiene que ser un sitio de afecto, de refugio, de comprensión, pero luego muchas veces no es así"
>
> **Alauda Ruiz de Azúa**

Muchas preguntas que la trama no necesariamente responde, pero acompaña, tratando de plasmar todos los puntos de vista posible ante una situación tan extrema. Así lo ve también la protagonista, Blanca Soroa, para quien lo importante es que pueden ver Los domingos tanto personas con vocación religiosa como otras "totalmente ateas o agnósticas, que también pueden identificarse con otros personajes y, al mismo tiempo, entender a otros con ideas totalmente diferentes a las suyas".

Aunque cueste, esa es la propuesta. Porque cuesta imaginar cómo se puede llegar a sentirse enamorada de Dios, como proclama Ainara en diferentes ocasiones. "Realmente las chicas que tienen esta vocación religiosa tienen una sensación que se parece mucho a la del amor. De hecho, ellas hablan de enamoramiento de Dios, dicen que Dios es su marido. Siempre dicen que Dios es el pastor y ellas son el rebaño", resalta la actriz, mientras la directora explica que cuando hablas con chicas que han atravesado "este tipo de procesos de discernimiento vocacional o de llamadas, ellas te dicen que sí que lo sienten así".

"Cuando se cuentan a sí mismas, ellas sí se cuentan desde ahí, lo viven como con la fuerza de un primer amor, de un enamoramiento. Y, de hecho, ellas, a nivel de lenguaje de cómo se cuentan, hablan mucho en términos de relación amorosa, que es una de las cosas que más me llamó la atención", destaca Ruiz de Azúa, antes de poner el foco en el asunto principal que remueve constantemente la trama de la cinta: la familia.

Y es que el desencadenante es la vocación religiosa de Ainara, pero realmente para la guionista y directora esta es "la historia de una familia, de cuánto cuesta romper con la familia, de cuánto empeño ponemos en la familia muchas veces, de cómo se nos cuenta que la familia tiene que ser un sitio de afecto, de refugio, de comprensión, pero luego muchas veces no es así y cuesta mucho romper con esa idea". "Hasta el punto de que muchas veces quedamos a comer los domingos con toda la familia, aunque por debajo no haya muchas cosas que nos tengamos que decir", puntualiza.

"Está en juego la ruptura con la familia en la película todo el rato", continúa. "De hecho, lo que valora el personaje de Ainara es elegir otra comunidad, otra familia, y además de una manera muy radical, hasta el punto de encerrarse con ellas a vivir otra vida. Eso, para la otra familia, la que se queda en el mundo de fuera, es muy duro de enfrentar", argumenta. "La película pretende generar conversación y reflexión, sin ninguna lectura dogmática en ninguna dirección", asegura.

Es así como Los domingos pone sobre la mesa la "fragilidad de determinados vínculos familiares", señala Garcés, en cuya opinión "damos por sentadas determinadas cosas, determinados actos con la familia, determinado tipo de relación que muchas veces es solo la carcasa mientras realmente por dentro están pasando un montón de cosas que, si no sucede nada, como lo que sucede en la película con el planteamiento vocacional de Ainara, se pueden mantener y alargar durante años. Pero, quizás, si sale un elemento como este, todo ese frágil equilibrio se tambalea, se mueve, empieza a salir de todo y los silencios se empiezan a convertir en verbales", concluye.

ReligiónenLibertad

CINE Y TELEVISIÓN

Una película premiada en San Sebastián, llena de historias de vocación tratadas con respeto

«Los domingos», ¿por qué fascina? La pureza y el misterio de Dios, que llama tras lo gris cotidiano



En la película Los Domingos la familia de Ainara, que son muy poco religiosos, tienen que encajar su posible vocación de clausuradavid herranz

Pablo J. Ginés 21.10.2025 | 06:42

La película Los domingos, que ganó hace unas semanas la Concha de Oro del Festival de San Sebastián, es una historia de ficción hermosa y fascinante a varios niveles y está suscitando debates y asombro, ya desde su inicio, con unos segundos de música de Íñigo Quintero y su canción joven de amor obsesivo.

Ainara, una chica vasca de 17 años, huérfana de madre, se plantea entrar como monja de clausura. Vemos que Ainara madruga para ir ella sola a escuchar laudes con religiosas tras las rejas. Solo eso ya indica que algo pasa. Quiere hacer una primera experiencia de unos días en el convento.

En su casa, sólo su abuela tiene algo de fe, aunque celebran la Primera comunión de su hermanita. Su padre viudo está más centrado en su nueva relación con otra mujer. Su tía Maite, que en parte intenta ejercer de madre, es más bien hostil a la religión. A Ainara le hablará con suavidad y paciencia para intentar "ganar tiempo" y disuadirla o distraerla de esa vocación.

Es una película magnífica, tranquila pero con tensión, construida sobre diálogos y miradas. Queremos ver qué pasa de verdad en Ainara y qué va a pasar en su familia.

Hay un par de escenas de adolescentes hablando de sexo y otra de adolescentes que se quitan la camiseta en actitud amorosa. Por eso, y su tema complejo, es mejor reservar este filme para mayores de 16 años.



Ainara, concentrada en misa; su padre, por cumplir; su abuela, alegre con la nieta; la tía, detrás, impaciente

La inocencia de Ainara

La primera fuente de fascinación es la pureza e inocencia de Ainara. No es pureza angelical, sino natural, por su juventud protegida. Nos dicen que es una chica inteligente. Es silenciosa, meditativa, no disfruta con las bromas chuscas ni las tonterías de otros chicos de su edad. Nos fascina la actriz novel, Blanca Soroa, que tenía 16 años cuando empezó las audiciones y 17 cuando se estrenó la película en un festival.

La actriz no tiene apenas formación religiosa. Se ha dejado guiar en todo por la directora, Alauda Ruiz de Azúa, que se declara no creyente, pero que ha hecho un exquisito trabajo de documentación.

Han hablado mucho con sacerdotes que hacen direcciones espirituales, con religiosos, con acompañantes espirituales, con chicas jóvenes que sentían vocación, con algunas que entraron y perseveraron, con otras que no... Y eso lo llevaron a los diálogos, pero también a los gestos, rostros, miradas...

Las 3 hipótesis de la tía Maite

La vocación de Ainara inquieta a su tía Maite (gran trabajo de la actriz Patricia López Arnaiz), que no cree en Dios, y que a lo largo de la película irá exponiendo tres hipótesis de lo que sucede. La primera, es un flechazo de enamoramiento, un "amor puro, muy bonito", pero en vez de hacia un chico concreto, hacia Dios, o, si no se cree en Dios, hacia esa sensación o el enamoramiento en sí. Otra posibilidad es que, como huérfana herida, en una familia con problemas, busque desesperadamente en la religión una figura paterna o materna en Dios, o una comunidad de hermanas. La tercera posibilidad (no son excluyentes) es que simplemente todo el entorno de monjas y curas que la rodean la manipulen con trucos sectarios. Los espectadores, como la familia, nos dedicamos a reunir indicios.

Ainara es de hablar poco, la película está llena de silencios y miradas, y se van desplegando personajes que nos deben ir dando pistas del contexto en el colegio, en la familia, entre el grupo de amigas... "Es que a Ainara le gustaba Mikel, pero él se enrolló con otra", cuenta una amiga. ¿Es una pista relevante para entender lo que le pasa a Ainara?

Dios no tira rayos: si habla, es a cada uno

El caso es que Dios no tira rayos ni usa efectos especiales, al menos en esta historia. Los días son grises y fríos en esta película. La naturaleza apenas se despliega, no es seductora. Ni los pájaros ni el sol hablan de Dios. Dios tampoco habla en la belleza del culto, porque sólo vemos parroquias de ladrillo y austeridad en el convento. La misa de Primera Comunión es normalita. Los niños leen sus típicos mensajes de "gracias, queridos papás". Cantan "No miréis a nadie, a nadie más que a él", de Luis Alfredo: esta canción es lo más cristocéntrico de la película.

Cuando Ainara pruebe con las monjas no verá bellas vidrieras o liturgias, sólo sencillez, cercanía. "Dios es como cualquier otro marido, tiene sus cosas...", dice con realismo y algo de humor una de las hermanas. Ainara canta en un coro, y la música es el único arte que habla de Dios en esta película... pero el coro del convento no tiene ninguna belleza estética especial.

Explorar el misterio de ser llamado por Dios

Nos fascina Ainara, exploradora novatísima del misterio de la vocación. Pero nos fascina también ese misterio en sí, la vocación que la cineasta expone -¡oh, escándalo de escándalos!- dejando hablar a personajes con fe.

Personajes creíbles, realistas, basados en entrevistas al documentarse, personajes con fe normal pero real. Y hay muchos.

Eso es lo que comentan asombrados, tras mucho maltrato, los católicos al ver Los Domingos: por primera vez, en una película de ficción, se deja hablar a varios personajes de su vocación, en sus propios términos, con respeto. Tenemos a la Madre Superiora: sabe escuchar, sabe dar criterios. Tenemos una anciana, que cuenta que lleva muchos años. Tenemos a otra postulante, ya con 25 años o más, que mientras fuma explica emocionada cómo Dios la sorprendió llamándola a clausura. Tenemos al joven cura, que explica la fe y el escuchar a Dios con esa dinámica de la venda que tapa los ojos. Y que nos habla, en clave varonil, de su vocación de enamoramiento y entrega total a Cristo.

Ainara sólo habla de su exploración vocacional con un par de criterios. Le han dicho que Dios habla poniendo un deseo en el corazón que le conduce. También explica a un pariente que, algunas veces, Dios responde en la oración cotidiana cuando se reza con el corazón. En un momento cumbre, ella orará con todo el corazón. Hasta la tía Maite verá que algo sucede. Pero solo podemos verlo en los rostros, en las miradas, en las reacciones. No hay manos mágicas escribiendo instrucciones en la pared, no se abren los cielos para que desciendan una luz como una paloma.

En lo gris de lo cotidiano

Si Dios actúa, ha de ser en el gris de lo cotidiano. Hay documentación en la vida del convento, en la del colegio católico, en la vida de la familia de Bilbao ("de toda la vida, pero nuestra abuela era gallega", que regala un móvil a la niña en la Primera Comunión) y en la de los jóvenes que beben mientras juegan al "yo nunca, nunca" y dicen groserías. Es por lo creíble de lo cotidiano, por el costumbrismo, que nos fascina la posibilidad de irrupción de lo sobrenatural, de Dios.

Los jóvenes católicos hoy no están tan solos

Con todo, a alguien que trabaje con jóvenes católicos hoy, habrá cosas que le llamarán la atención. Es verdad que la intriga se centra en si Ainara tiene una llamada especial a la vida contemplativa y es cierto que las almas contemplativas son especiales. Pero hoy un joven católico casi siempre forma parte de un grupo de jóvenes católicos, reza con hermanos jóvenes, escucha música cristiana, ve películas, las comenta en la parroquia.

Estremece un poco la soledad de Ainara, que no parece tener ninguna amiga o amigo católico joven con quien hablar. La cineasta dijo a ReL que cuando se plantean la vocación, se pide a las chicas discreción, pero una cosa es no hablar de la clausura y otra no tener a nadie con quien hablar de Dios, fuente de amor y fascinación. Tampoco vemos a Ainara rezar, excepto en misa, con monjas o en la escena cumbre. Y casi no la vemos hablar de Dios, de su relación con Dios.

Es verdad que hay gente discreta, tímida y callada. Pero el amor tiende a expresarse. Cuando se sabe que tienes un amor querrás contar cosas de tu amor. Se suele poner el ejemplo de la samaritana, que contaba a todos lo que Jesús hizo con ella.

Podemos pensar que hay razones de guion aquí: para mantener el suspense, Ainara tiene que estar muy sola, muy vulnerable, muy silenciosa, ha de carecer de un discurso bien vertebrado. "Es una fanática religiosa", dicen en su familia. Cada espectador tendrá que decidirlo.

También para mantener la tensión dramática, no se habla de las distintas fases paulatinas del compromiso religioso (y muy poco), hasta muy avanzada la película; un espectador poco avisado puede pensar que a los 17 años se toma una decisión de por vida de la que no se puede salir. Tampoco se habla de que hay otras vocaciones: el matrimonio, o servir a Dios fuera de la clausura, entre los pobres... La película lo centra todo en una chica sola frente a un convento con rejas. Parece más "radical" de lo que es un proceso real de discernimiento.

¿Es Maite racional?

En reseñas de prensa hay quien presenta a la tía Maite como racionalista. Pero ella no consigue reunir pruebas racionales para ninguna de sus tres hipótesis. En cierto momento cumbre ve algo, y parece decidir ignorarlo. Tampoco hace argumentaciones vertebradas contra la fe. Decir que la fe rellena una herida emocional no es decir gran cosa: casi todo el mundo tiene heridas, millones dicen que Dios les ha curado muchas de esas heridas, pero pocos van al convento.

A medida que avanza la película, Maite pasa de hablar con paciencia y dulzura a dar gritos. El tema no es sólo si tiene sentido creer en Dios, sino si tiene sentido creer en "ese amor tan bonito", al menos en un nivel suficiente como para luchar por la propia familia en sus crisis. Ella misma tendrá que decidir si vale la pena luchar por su hogar.

Pero, como en un espejo inverso, tampoco los creyentes de esta película dan "razones para creer". "La fe es un regalo, se tiene o no se tiene", dice una religiosa. Pero "¿cómo creerán si no se les predica?" (Romanos 10,14). Varios personajes hablan de amar a Dios, o a Jesús, pero ninguno dice nada concreto de qué es lo que les fascina de Jesús. Nunca resuena la Palabra de Dios, excepto ritualizada, salmodiada en el convento. Con Los Domingos, la vocación deja de ser un tabú, pero Jesús aún lo es.

En una entrevista, Alauda Ruiz declara: "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". Pero, si esa paz y esperanza es auténtica, ¿no debería serlo aquello que la suscita?


TRÁILER
OFICIAL
Ver en YouTube

Los domingos

Ruiz de Azúa construye una historia trascendente, que da mucho que hablar y que la posiciona entre lo mejor del cine español actual

Por Sofía López -20 octubre, 2025



Los domingos: Cine honesto, cotidiano y muy profundo

· Crítica de Los domingos | Estreno 24 de octubre de 2025.

· Ruiz de Azúa es gran admiradora de Ozu, realizador de quien bebe, y con quien se identifica por esa mirada austera y sutil, capaz de trascender a través de lo cotidiano.

Hace unos años, Alauda Ruiz de Azúa escuchó una historia que le fascinó y se le quedó en el subconsciente: una chica joven había decidido hacerse religiosa. A ella, que no creía en Dios, le interpeló algo que le era muy ajeno. Le pareció radical y le generó mucha curiosidad. Pasados los años, retomó esta idea y la acaba de plasmar en Los domingos: Ainara es una chica de 17 años que debe decidir su futuro. Su familia se pregunta qué carrera elegirá. Pero todos se quedan de piedra cuando descubren su verdadera inquietud: ser monja de clausura.

Como en ocasiones anteriores, la realizadora vasca elige temas cotidianos que le interpelan y que, por su complejidad, plantean miradas poliédricas. En definitiva, elige historias muy interesantes. Bien sean las sombras y luces de una madre primeriza (Cinco lobitos, 2022), las incomprensiones de una víctima de violencia de género por parte de su familia (Querer, 2024) o las diferentes posiciones vitales de la gente ante una chica que quiere ser monja. Por todo ello, la realizadora es una valiente. Y, sobre todo, en el caso que nos ocupa: arriesga un paso más y se sale de toda previsión. Los domingos es un espécimen verdaderamente inusual en nuestro panorama cinematográfico. De hecho, esta vez tenía cierto vértigo, un miedo comprensible de que su propuesta no se entendiera.

Pero se ha entendido perfectamente. Porque la realizadora vasca sabe hacer muy bien la segunda parte: es una maestra en el arte de desarrollar, de enfocar el guion, para que el interés crezca en intensidad hasta convertirse en una potentísima historia, plasmada con el sello de la casa. Un sello que consiste en un rigor exquisito y delicado, que le lleva a mostrar la complejidad de las diferentes miradas sin caer en el maniqueísmo. Alauda explora lo que conoce y lo que no con mucho respeto. Observa, investiga, pregunta, sopesa, analiza. Es meticulosa y cuidadosa con los pequeños detalles. De modo que provoca conversaciones y genera debate, que no combate. Da que hablar, y mucho. Es su objetivo y lo consigue.

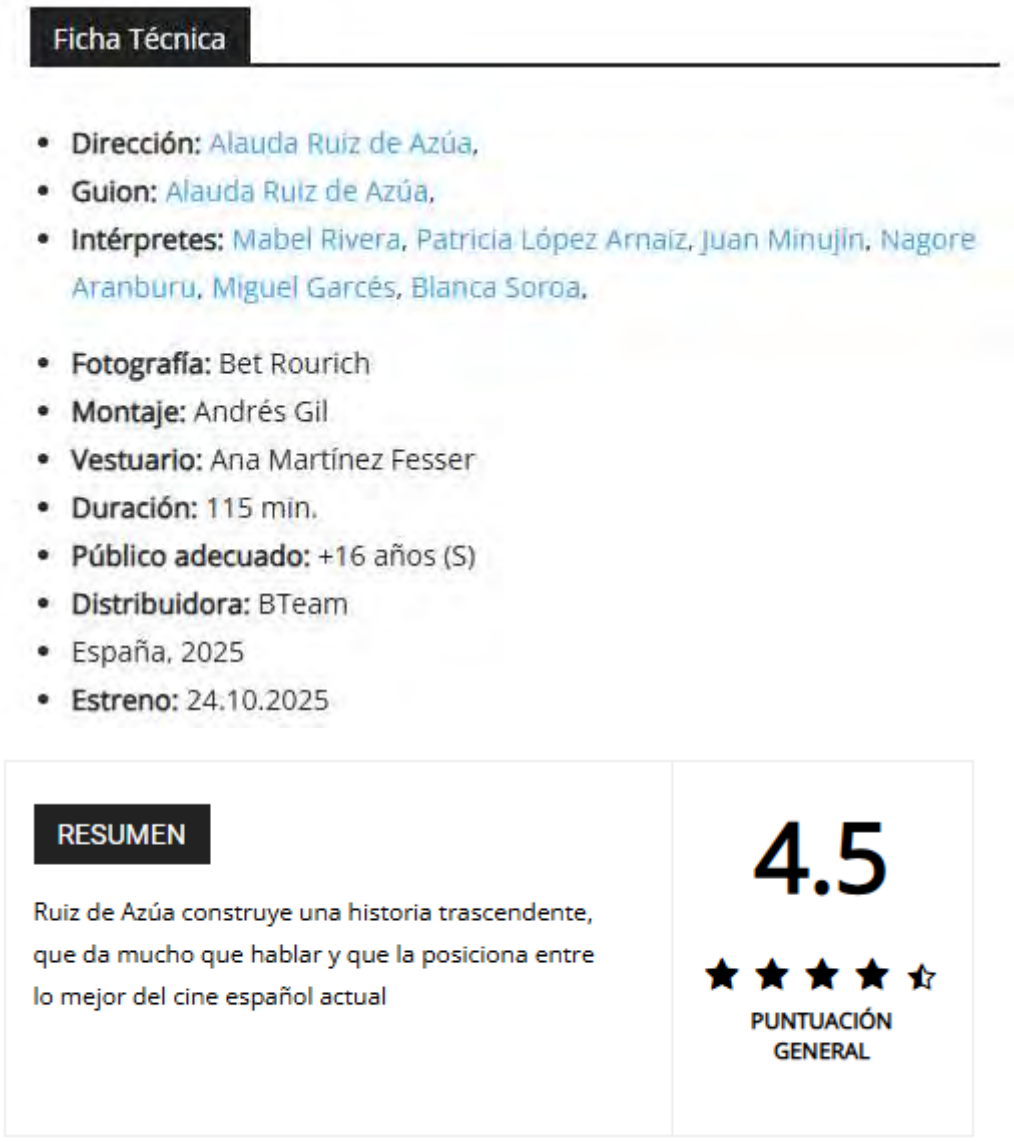
Ruiz de Azúa es gran admiradora de Ozu, realizador de quien bebe, y con quien se identifica por esa mirada austera y sutil, capaz de trascender a través de lo cotidiano. Y por la temática de la familia. Que aparece también en Los domingos, título de doble lectura porque es el día generalmente dedicado a estar con la familia, y de asistir a misa.

En la película también te cuestionas sobre el amor y la fragilidad de éste; sobre la libertad o no para ejercer la voluntad. Y, por supuesto, sobre el discernimiento vocacional en un contexto muy actual y que, como bien dice la superiora, solo se puede entender si tienes fe. Todo mediante posturas diferentes, que parecen enfrentadas, pero que intentan comunicarse desde el amor y la cercanía.

Por lo demás, el reparto es muy acertado. Destacan una desconocida Blanca Soroa como Ainara, y unas estupendas Patricia López Arnaiz, en el papel de tía descreída, y Nagore Aranburu como superiora de las monjas. Todos los aspectos de la producción están muy cuidados. Especialmente diseñada está la música que, como comenta la directora, propicia cierta trascendencia en esa vida cotidiana. Los chicos escuchan temas de Quevedo y Bizarrap. Pero cuando se les muestra bailando en la discoteca, de fondo, de modo extradiegético, se escucha música sacra.

Especialmente relevante se torna el tema Into my arms, de Nicholas Edward Cave, que explora la intersección entre la fe, el amor y la vulnerabilidad humana y que interpreta el coro del colegio. Ainara la canta a ratos, a solas.

En el año 2022, Alauda Ruiz de Azúa ganó la Biznaga de Oro en el Festival de Málaga por su ópera prima Cinco lobitos. Ahora, en el Festival de Cine de San Sebastián se lleva la merecidísima Concha de Oro, además de otros premios, como los Feroz y el Fipresci.



Crítica: "Los domingos", fe que destruye a la familia

por © NOTICINE.com 20 Octubre 2025 Por Santiago Echeverría



"Los domingos", la nueva película de la vasca Alauda Ruiz de Azúa ("Cinco lobitos", "Querer"), Concha de Oro en San Sebastián 2025, sigue el camino que emprenden una adolescente, Ainara (Blanca Soroa), y su círculo familiar, cuando ella comparte su vocación religiosa y la posibilidad de integrarse en un convento de monjas.

La cineasta vizcaína Alauda Ruiz de Azúa, a través de sólo dos películas y una serie televisiva, en cronista oficial de la familia como institución, infierno y paraíso. Sus historias son siempre corales, cotidianas, creibles y sin miedo al riesgo o simplemente a ir contracorriente. Los comportamientos de sus personajes podemos identificarlos en los de personas que conocemos o los nuestros propios. Ese realismo suma enteros al disponer de un elenco brillantemente cómplice.

Blanca Soroa es todo un descubrimiento que llena la pantalla. Tanto su padre en la ficción (Miguel Garcés) como su tía (Patricia López Arnaiz), y la pareja de ella (el argentino Juan Minujín) cumplen con creces sus responsabilidades, y la madre superiora y "directora espiritual" de la muchacha (Nagore Aramburu) es una presencia a la vez beatífica e inquietantemente magnética.

Mientras Ainara "sube" al cielo, su familia, que ya mostraba alguna grieta interna, vive su descenso a los infiernos, en un contraste que si bien no es muy explícito sería una de las moralejas de la película. La vocación religiosa de la chica, sin quererlo ella, deviene el fulminante que hará estallar la frágil estabilidad familiar.

La fe, en tiempos de incredulidades, contradicciones y relativismos, aparece en "Los domingos" como derecho, y en primera lectura esa libertad de creer y elegir aparece como mensaje de la película. Todo en la vida tiene un precio, y la "liberación" espiritual de Ainara desencadena la degradación de las relaciones familiares.

La nueva película de Ruiz de Azúa, ganadora en San Sebastián, es sin duda una de las mejores películas españolas del año. Invita a reflexionar, a cuestionarse prejuicios y amores que pueden no ser desinteresados. Quizás hay un pero... A diferencia de su opera prima, "Cinco lobitos", a la que no le sobraba ni faltaba nada, aquí hay un exceso de metraje que se hace sobre todo patente en la parte central de la trama, y que contrasta con un final que parece requerir más minutos. La polisémica "Los domingos" sonará seguramente mucho y para bien en la temporada de premios, aunque la Academia haya preferido la más atrayente sobre el papel "Sîrat" para representar a España en los Oscars.

El País Especial

21 Octubre, 2025

PAÍS: España
PÁGINAS: 12
AVE: 78780 €
ÁREA: 652 CM² - 78%

FRECUENCIA: Variable
DIFUSIÓN: 108296
OTS: 758000
SECCIÓN: ESPECIAL



¿Existen hoy los héroes de la traición?

Las circunstancias actuales no propician políticos capaces de romper con su pasado para construir un futuro colectivo

Opinión

JAVIER CERCAS



El escritor y ensayista Javier Cercas, anoche en su intervención durante la cena del WIP. KIKE RINCÓN

Siguiendo una tradición inaugurada el año pasado, Joseph Oughourlian me pide que diga unas palabras, que esta vez versarán sobre un concepto que acuñé hace tiempo en un libro titulado *Anatomía de un instante*: los héroes de la traición. Joseph, que es un hombre singular y piensa que los novelistas tenemos cosas relevantes que decir, me ha pedido que explique qué son los héroes de la traición y me ha preguntado si creo que todavía existen. Y, si existen, quiénes son. Y, si no existen, por qué no existen.

Para explicar qué son los héroes de la traición debo decir antes unas palabras sobre *Anatomía de un instante*, un libro que gira en torno al golpe de Estado del 23 de febrero 1981, o más bien en torno a un instante de ese golpe, a través del cual el libro narra todo el proceso de transición de la dictadura a la democracia en España.

Como ustedes saben, el golpe de estado del 23 de febrero fue el último golpe militar que padecimos en España y, de algún modo, constituye el mito fundacional de la democracia española. Por esa razón, cuando tengo que hablar de él fuera de España suelo decir que es nuestro asesinato de Kennedy, el punto exacto donde convergen todos los demonios del pasado español.

El libro surgió el día del vigesimoquinto aniversario del golpe de estado. Aquella noche yo estaba en mi casa después de haberme pasado un día entero viendo, oyendo y leyendo reportajes sobre el 23 de febrero, cuando volví a ver en televisión las imágenes del golpe. Lo que vi es que tres de los parlamentarios presentes en el hemiciclo desobedecían las órdenes de los golpistas y no se arrojaban al suelo buscando refugio bajo sus escaños: eran Adolfo Suárez, presidente del Gobierno saliente y arquitecto de la Transición; el general Gutiérrez Mellado, vicepresidente del Gobierno; y Santiago Carrillo, secretario general del Partido Comunista.

¿Qué es un héroe de la traición?

Estamos acostumbrados a pensar que la lealtad es una virtud, y lo es; pero hay momentos en la vida de las personas, y de las colectividades, en que es más valiente, más honorable y más virtuosa la traición que la lealtad. El tránsito de la dictadura a la democracia en España fue uno de esos momentos, y los tres protagonistas de *Anatomía de un instante* encarnan ese tipo de personas. El general Gutiérrez Mellado había hecho la guerra con Franco y toda su carrera en el franquismo; pero, al llegar la Transición, bajo las órdenes de Adolfo Suárez, cambió un ejército dictatorial por un ejército democrático y se convirtió en el gran traidor para sus compañeros.

Gutiérrez Mellado transformó el ejército para hacerlo democrático; Carrillo aceptó la Monarquía

Adolfo Suárez, el antiguo falangista, desmontó en menos de un año una dictadura de cuatro décadas

Por su parte, Santiago Carrillo fue el gran traidor de la izquierda, y para algunos lo sigue siendo: Carrillo no solo abandonó los ideales del comunismo y la dictadura del proletariado; abandonó, sobre todo, los símbolos republicanos y la ambición de la Tercera República, y aceptó la monarquía, porque entendió que el dilema real no era monarquía o república, sino dictadura o democracia.

En cuanto a Suárez, fue el mayor traidor de todos, porque hizo posible la traición de los demás: cuando el Rey lo nombró presidente del Gobierno, quienes celebraron su nombramiento no fueron los demócratas españoles, sino los franquistas; pero, para sorpresa de todos, en menos de un año el antiguo falangista de provincias disolvió las cortes franquistas, legalizó los partidos políticos, incluido el partido comunista, y convocó las primeras elecciones libres desde la II República; dicho de otro modo: en menos de un año desmontó una dictadura de cuatro décadas y puso los cimientos de la democracia.

Eso es un héroe de la traición: un político capaz de traicionar un pasado personal para construir un futuro colectivo, capaz de traicionar un error para construir un acierto, capaz de traicionar a los suyos para ser fiel a todos; y que, además, paga un precio altísimo por hacerlo.

¿Existen hoy los héroes de la traición? ¿Hay todavía en España políticos así? Si no me engaño, la mayoría de ustedes diría que no. De acuerdo. Pero lo que sí puede existir, son políticos capaces de poner el interés general por encima del particular. Formulemos entonces de otra manera la pregunta: ¿existen hoy en España políticos capaces de poner el interés general por encima del particular? Si existen, ¿quiénes son? Y, si no existen, ¿por qué no existen?

Son tres preguntas diabólicas, pero arriesgo tres respuestas. La primera es la más fácil: desengañémonos, nunca ha habido muchos políticos capaces de poner el interés general por encima del particular. La segunda respuesta no es menos realista, pero sí más reconfortante: es casi seguro que algún político de ese tipo existe, aunque no sepamos quién es. La tercera respuesta es la más melancólica: si no me engaño, ahora mismo se dan circunstancias que no favorecen en absoluto la aparición de esa clase de políticos, y no solo en España.

Menciono solamente dos de ellas, una general y otra quizá más particular.

La primera es la propagación cancerígena del cinismo en política, en parte resultado del descrédito universal de la verdad: hoy la mentira, al menos la mentira en política, no parece penalizar a quien la dice. La segunda circunstancia es sobre todo española, o yo la detecto sobre todo en España. Aquí, a mi modo de ver, el problema político esencial no son los políticos, ni siquiera el sistema político; aquí el problema esencial son los partidos políticos. Aquí los partidos son organizaciones verticales, a menudo sectarias, rigurosamente cesaristas. Por supuesto, todo esto podría cambiarse, pero no es nada fácil, sobre todo porque quienes tienen que cambiarlo son los propios partidos, y los partidos no quieren cambiarlo; es decir: porque los partidos son la solución, pero también el problema. Sea como sea, se comprenderá que en estas condiciones resulte muy difícil que se dediquen a la política los mejores, los más capaces e idealistas, los más dispuestos a trabajar por el bien común.

"¿Qué es un hombre rebelde?", se preguntó Albert Camus. "Es un hombre que dice No". Pero no es un hombre que dice No a sus adversarios; es quien dice No a los suyos, como hicieron los tres protagonistas de *Anatomía de un instante*, los tres héroes de la traición. Para eso, ante todo, hace falta coraje, que es la virtud más difícil, pero la más necesaria. Yo no creo que debamos pedirles a nuestros políticos que sean héroes; de hecho, yo aspiro a vivir en un país que no necesite héroes. Pero sí creo que no hay democracia de verdad sin políticos que conciban la política como un servicio público y no como una carrera profesional o un negocio personal. En definitiva, creo que debemos aspirar a tener políticos pragmáticos, cualificados y flexibles, sí, pero también valientes, humildes, veraces e idealistas. En este tiempo de cinismo obligatorio, esa aspiración puede parecer ingenua; a mí me parece simplemente indispensable.

Muchas gracias.

Este texto es un fragmento del discurso pronunciado por el escritor anoche en la cena del foro **World in Progress.**

Foro organizado con el apoyo de: **Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Cataluña, Fundación la Caixa, BBVA, Cellnex, Glovo, Mango, Moeve, Naturgy, Organización de Estados Iberoamericanos, PWC, Redeia, Banco Sabadell, Banco Santander, Veolia y Vueling.**
Colaboran **Foment del Treball Nacional, CAF Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe** y **Cidob.**

Fotogramas

De 'Animal' a 'Poquita fe': Por qué la comedia está salvando a las series españolas en 2025

Este año no tenemos algo como 'La Mesías' o 'Querer', pero, en cambio, las series españolas de comedia están salvando la temporada.

Por Álvaro Onieva Publicado: 20/10/2025



En los años anteriores, a estar alturas del partido —ya cruzando octubre—, se habían estrenado varias series españolas que sonaban para la temporada de premios como posible Mejor drama o estaban al caer. La vuelta del verano suele traer varias novedades potentes; sin embargo, este 2025 todavía se está haciendo rogar esa serie que ponga en pie a crítica y público de manera unánime e indiscutible.

Por ejemplo, el año pasado 'Querer' había deslumbrado en San Sebastián y recibiría después diversos galardones (entre ellos, el Fotogramas de Plata) con varias series potentes como competencia: 'Cristóbal Balenciaga', 'El caso Asunta', 'Yo, adicto' o 'Nos vemos en otra vida'. Por su parte, 'Celeste', que se había presentado inicialmente como un thriller tributario, daba un volantazo a su denominación para encajar en la categoría de comedia, donde apenas tenía como competencia a 'Mamen Mayo'.



En 2023 se estrenaron 'La Mesías' o 'El cuerpo en llamas' y en 2022 'Rapa', 'La ruta' o 'Intimidad'. Mientras, la comedia nacional siempre ofrece hallazgos interesantes (en 2023 'Poquita fe', en 2022 'Fácil', 'Machos alfa' o 'No me gusta conducir', por poner algunos ejemplos), pero su tasa de éxito/fracaso suele inclinarse más hacia el lado de, si no lo queremos llamar desastre, al intento de humor que no termina por cuajar. Hacer reír es, de hecho, más difícil.

Serielizados presenta: ‘Anatomía de un instante’



04 noviembre, 2025 12:00

CASA SEAT

Reserva tu entrada - GRATIS

Serielizados y Casa Seat presentan en Barcelona, dentro del marco del festival Serielizados, una nueva sesión en la que creadores/as, interpretes, directores/as y guionistas conversarán con el público sobre sus series.

En esta nueva sesión de los Serielizados Presenta nos centraremos en la serie Anatomía de un instante, una de las grandes apuestas de Movistar Plus+ de esta temporada, basada en la novela homónima de Javier Cercas, que disecciona una etapa clave de la historia reciente española: la transición.

Esta charla exclusiva (y gratuita) tendrá lugar el 4 de noviembre a las 12:00h en Casa Seat.

La sesión contará con la participación de Álvaro Morte, uno de los protagonistas de la miniserie, junto al director y guionista Alberto Rodríguez y los guionistas Fran Araújo y Rafael Cobos.

Duración de la sesión: 90 min
Con la presencia de Álvaro Morte (actor), Alberto Rodríguez (director y guionista), Fran Araújo (guionista) y Rafael Cobos (guionista).

País: España
Año: 2025
Escrita por: Alberto Rodríguez, Rafael Cobos, Fran Araújo
Dirigida por: Alberto Rodríguez
Reparto: Álvaro Morte, Eduard Fernández, David Lorente, Miki Esparbé, Manolo Solo



¿Y tú qué miras? Con Álvaro Benito y Carlos Martínez: "Veía al primer equipo del Real Madrid como algo inalcanzable"

El polifacético Álvaro Benito, que ha sido exfutbolista del Real Madrid, cantante de la banda 'Pignoise' y actual comentarista y analista de fútbol, estrena 'Cicatrices' un programa de Informe + (Movistar Plus) que hace un recorrido sobre su vida hasta el día de hoy. Y junto a su compañero Carlos Martínez se reúnen con Mariola Cubells para hablar de televisión, de todos los programas que les han ido acompañando desde pequeños y del audiovisual que les ha ido formando hasta la actualidad. Así, a través del cuestionario de '¿Y tú qué miras?', viajarán por todo ese contenido que tanta presencia ha tenido a lo largo de sus vidas.

Mariola Cubells

18/10/2025 a las 07:50

EL PUNT AVUI+

PAÍS: España
PÁGINAS: 32
AVE: 1702 €
ÁREA: 17 CM² - 13%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 15253
OTS: 62000
SECCIÓN: ULTIMA

20 Octubre, 2025



Raça humana

Sara Muñoz

L'homenatge pendent de fer

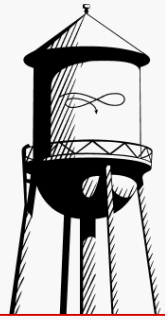


Trobo la mare mirant un documental a la televisió. Es titula *Ellas en la ciudad* (Movistar Plus+) i gira al voltant de les històries d'un munt de dones que van poblar els barris de les perifèries construïts als anys 70. Aquest treball audiovisual plasma la realitat de tres barris de Sevilla, però perfectament podria ser el camí que van resseguir tantes i tantes dones que van aterrar als barris que en aquella època s'anaven aixecant a l'àrea metropolitana. La mare s'emociona sentint els testimonis d'unes dones valentes i lluitadores que de ben petites van abandonar l'escola perquè a casa els diners feien més falta que els coneixements, i després, un cop casades, moltes van veure com el futur reservava per a elles una vida sense formació reglada i sense títols i ben lligada a la cura del marit i els fills. Poc s'ha reconegut, però, el paper d'aquestes dones en la construcció dels nous barris. En un moment en què els amos del negoci del totxo es van començar a deïficar i plantaven edificis monstruosos allà on veien un solar, van ser les dones les que van plantar cara a l'especulació per aconseguir que els barris respiressin una mica i els planejaments incorporessin alguna zona verda. Eren aquelles dones les que es clavaven davant les màquines per frenar una construcció desfermada i eren elles les que entre brou i brou ocupaven el temps reclamant escoles i ambulatoris dignes, o un sistema de clavegueram que permetés al barri sortir de la indigència. També eren les dones les que, quan els barris es van posar malalts, com diu una testimoni del documental, ocupaven els espais públics per evitar les concentracions d'aquells que traficaven o patien els efectes de l'heroïna. Aquestes dones van tenir un pes fonamental en la construcció dels barris perifèrics, però mai han tingut l'homenatge que es van guanyar a pols.

PUCK

What I'm Hearing...

THE INSIDE TAKE ON HOLLYWOOD



Matthew Belloni 21.10.2025

`Stranger Things' finale *will* go to theaters: Remember last week when I suggested the recent talks between Netflix and AMC Theatres could lead to more theatrical partnerships beyond KPop Demon Hunters on Halloween? Now I can report that the two-hour Stranger Things series finale will debut in AMC and other theater chains on New Year's Eve, the same day it drops on Netflix. Yes, the Duffer brothers were recently quoted in Variety saying they asked for theaters and were "shot down" by Netflix's Bela Bajaria. But that interview was done weeks ago, before the theater deals were far enough along, so everyone was playing coy. The deals still aren't signed, I'm told, but it's happening. What's next?

The Hollywood Reporter

BUSINESS NEWS

Netflix Earnings Preview: Wall Street Bullish Despite Questions Over AI Threat

Experts will look for commentary on how a strong content slate will affect the current fourth quarter and how gaming and podcasting may impact 2026, as AI and other worries have put pressure on the stock.

By Georg Szalai October 19, 2025 6:47am



Netflix co-CEO Ted Sarandos

Sure, there was some recent chatter about whether Netflix would consider a competing for Warner Bros. Discovery, which is being pursued by David Ellison's Paramount. But during its October 21 earnings results, the streamer is likely to keep the spotlight on Kpop Demon Hunters, the Sony animated film that has become the service's most successful movie ever and which Wall Street is touting as boosting engagement and likely subscribers in the recently closed third quarter.

With Netflix stepping up to the third-quarter earnings plate after the market close on Tuesday, Kpop characters Rumi, Mira and Zoey are expected to be MVPs. But investors will also already focus on how a strong content slate will play out in the current final quarter of 2025. That may explain why the stock has trended lower over the past week.

Top 10 Movies

Netflix titles hold 5 of the top 10 spots on Nielsen's latest streaming movies chart.

Rank	Program Name	Minutes (Millions)	SVOD Provider
1	KPop Demon Hunters (2025)	828	Netflix
2	Ice Road: Vengeance	728	Netflix
3	Elio (2025)	550	Disney+
4	Superman (2025)	513	HBO Max
5	The Wrong Paris (2025)	494	Netflix
6	Lilo & Stitch (2025)	270	Disney+
7	28 Years Later (2025)	263	Netflix
8	Moving On (2022)	212	Netflix
9	Terror Comes Knocking: The Marcela Borges Story	200	Hulu / Netflix
10	A Working Man (2025)	181	Prime Video

SOURCE: FOR MORE DATA FROM NIELSEN, COMSCORE, PARROT AND MORE, VISIT THR CHARTS

Source: Nielsen (Sept. 15-21); Updated Oct. 16

But the stocks have been underperforming for a while amid questions about how AI could impact the streamer. "Shares have lagged the Nasdaq … since end of June, with concerns over engagement growth and the competitive threat from AI-generated content weighing on sentiment," Morgan Stanley analyst Benjamin Swinburne wrote on Friday. "We remain bullish, expecting strong second-half 2025 financial results, including potential advertising upside and engagement growth." He reiterated his "overweight" rating with a $1,500 stock price target.

Wolfe Research analyst Peter Supino similarly said: "Amid concerns of AI's possible impact on streaming economics and after very sharp third-quarter [stock] underperformance, we are buyers of Netflix." He stuck to his "outperform" rating and $1,390 stock price target on the company.

"Since May, the story has encountered Google's Veo 3, Meta's Vibes, Midjourney's AI video generator, and OpenAI's Sora 2," the analyst wrote in his report entitled "Hey ChatGPT, Should I Buy NFLX?," which is Netflix's stock ticker symbol. "While limited to short-form video now, AI's dramatic strides in video fuel concerns that AI video creation will degrade the value of streaming leadership."

His conclusion: "Netflix's widening growth strategies, superior scale, and rich cash flow position it to extend its lead in long-form video streaming, which continues to take wallet share from pay-TV."

Investors and experts will also listen out for management commentary on the progress of its advertising tier business and newer initiatives, such as this week's news that Spotify video podcasts will come to Netflix in the U.S. in early 2026, followed by other markets. Initial Spotify Studios and The Ringer titles set to hit Netflix include The Bill Simmons Podcast, The Zach Lowe Show, The McShay Show, The Rewatchables, and Conspiracy Theories.

Bernstein analyst Laurent Yoon, who has an "outperform" rating and $1,390 stock price target on the streamer, is bullish heading into the latest results. "Netflix engagement rebounded in the third quarter, driven almost entirely by KPop Demon Hunters," he wrote in his earnings preview. "Netflix's global engagement rose modestly quarter-over-quarter, reversing the second-quarter dip that came with a weaker content slate last quarter."

The expert highlighted that KPop Demon Hunters added "roughly 500 million viewing hours, with another about 400 million expected in the fourth quarter." His conclusion: "There are always big hits that meaningfully move the engagement needle, though one of this magnitude is atypical for Netflix, or any player."

Yoon expects all that to add up to around 7 million Netflix subscribers net adds for the third quarter. "Growth was strong in international regions, primarily in Latin America," he wrote. "Non-English content continues to be the driving force behind growth, and younger audience segments lead the growth this quarter."

Bank of America analyst Jessica Reif Ehrlich seemed to reference the KPop Demon Hunters success in her Netflix earnings preview, entitled "Hunting down hits." She has a "buy" rating and $1,490 price objective on the stock.

"We anticipate that Netflix's third-quarter results will be at least in line with guidance on key metrics including revenue, operating income and earnings per share," she noted. "Netflix continued to execute on its high-profile live event's strategy, with Canelo-Crawford bringing in an estimated total of 41.4 million viewers, making it the most-viewed men's championship boxing match of the century. In August, KPopDemon Hunters became the most watched Netflix film of all time (325 million views), indicating the company's continued ability to scale massive hits out of relatively unknown IP."

Remember the recent engagement gains? Guggenheim analyst Michael Morris used those for a pun in a recent report, entitling it "Congratulations on Your Engagement." "Investor conversations remain focused on Netflix viewership engagement trends and implications for longer-term revenue growth and margin expansion," he wrote. "We expect member engagement to accelerate into year-end, benefiting from a fourth-quarter slate highlighted by the final season of Stranger Things, Jake Paul vs. Tank Davis, and the NFL on Christmas Day."

His bullish stance meant he stuck to his "buy" rating and $1,450 stock price target.

UBS analyst John Hodulik also maintained his "buy" rating on Netflix shares with a $1,495 price target, highlighting a strong content slate.

"We expect member growth (management cited strong end to the second quarter), higher pricing and increased ad revenues to support 17 percent revenue and 25 percent operating income growth in the third quarter, in-line with guidance, versus 16 percent/45 percent last quarter," he wrote. "We believe the return of marquee shows (Squid Game June 27th; Wednesday Aug. 6th) and new hits (KPop Demon Hunters, Untamed) provided a tailwind to engagement/monetization."

And he expects this trend to continue in the current fourth quarter, "with Monster, The Witcher, Stranger Things and NFL content all on the slate."

BMO Equity Research analyst Brian Pitz is also bullish. In a report entitled "Keeping Eyeballs Locked on Screen With Content Slate, Podcasting, and Gaming," he maintained his "outperform" rating with a $1,425 stock price target.

"We continue to be bullish on the name given record-breaking KPop Demon Hunters viewership data, an attractive content slate in the second half of 2025, and a strong slate lineup in 2026," he wrote. "We expect incremental growth in 2026, driven by a strong content lineup, the Spotify podcasting deal, push further into gaming, and AVOD ramp-up."

Benchmark analyst Daniel Kurnos, who has a "hold" rating without a price target, argued in his preview report that, for most on Wall Street and beyond, "the real question and focus will be on fourth-quarter guidance" on Tuesday. He forecasts a gain of 5.8 million subscribers, "which would put Netflix comfortably in the north of 320 million global paying subs."

As is quite often the case with the streamer, things could turn out better than projected. "If, as we suspect, there was in the second quarter, there was upside to that number, that would be the likeliest driver of revenue outperformance," Kurnos highlighted.

Top 10 Original Series

Netflix titles hold 7 of the top 10 spots on Nielsen's latest streaming chart.

Rank	Program Name	Minutes (Millions)	SVOD Provider	# of Episodes
1	Beauty in Black (2024)	1,354	Netflix	24
2	Black Rabbit (2025)	1,234	Netflix	8
3	Wednesday (2022)	1,022	Netflix	16
4	The Summer I Turned Pretty	776	Prime Video	26
5	The Great British Baking Show	575	Netflix	108
6	Aka Charlie Sheen (2025)	541	Netflix	2
7	Only Murders in the Building	443	Hulu	44
8	Gen V	424	Prime Video	11
9	Bon Appétit, Your Majesty	421	Netflix	9
10	Ms Rachel (2025)	383	Netflix	8

SOURCE: FOR MORE DATA FROM NIELSEN, COMSCORE, PARROT AND MORE, VISIT THR CHARTS

Nielsen (Sept. 15-21); Updated Oct. 16

If his forecasts prove accurate, "AVOD would become an estimated one-third of all global paid users in the third quarter – an intriguing milestone," Kurnos concluded.

Now, how about that chatter about a possible WBD bid? Kurnos remains cautious on Netflix's stock because of its high price and bid uncertainty. "We are going to opt to maintain the hold rating for now, with shares trading at almost 33 times 2026 estimated adjusted operating income, and, although a seemingly low probability, the lurking specter of Netflix taking a swing on the M&A front, creating some longer-tailed doubt in investor minds," he wrote.

Of course, Netflix co-CEO Greg Peters recently responded to a question about a possible WBD play that media deals "don't have an amazing track record."

And Yoon wrote: "We have considered the scenario, but not as a likely outcome, largely because it is unclear what strategic value Netflix would realize."

The Hollywood Reporter

BUSINESS NEWS

Apple TV Revs Up to Compete, For Real, In Streaming

A "vibrant" rebrand, a major bundling pact with NBCUniversal and a blockbuster $750 million deal to nab Formula 1 from ESPN signals a new effort for the tech giant to put its imprint on Hollywood.

By Alex Weprin October 18, 2025 6:05am



Zack Van Amburg, Eddy Cue and Jamie Erlicht attend the European Premiere of 'F1: The Movie' on June 23, 2025.

Almost exactly six years after it launched, Apple TV is at an inflection point. In the span of a week, the streaming service rebranded itself, struck its first standalone bundle deal with a competitor, and inked arguably its most significant sports rights deal yet.

Taken together, it suggests that the tech giant is gearing up to drive (pun intended) new subscribers and viewers to the service, which is loved among Hollywood types for its premium original content, and feared for its perceived lack of scale.

Apple's foray into streaming entertainment has been a slow build, with Zack Van Amburg and Jamie Erlicht essentially building a streaming service from scratch. But six years later Apple TV is still struggling to find an audience, relegated to the "other streaming" category in Nielsen's monthly Gauge report — below the likes of Hallmark, AMC Network and Scripps in TV usage market share. Nor does Apple TV have a single series or movie currently on the top 10 of Nielsen's streaming charts.

Apple has also not released any subscriber figures, though Eddy Cue, the head of the company's services division, told a podcast earlier this month that it is "substantially more" than 45 million, which is what some outside analysts have estimated.

So the decision by Cue to rebrand Apple TV+ as simply Apple TV (or as the company called the change, a "a vibrant new identity"), followed in short order by the major partnership with NBCUniversal to launch an Apple TV-Peacock bundle, suggested that change was in the air.

Apple and Peacock were both regarded as subscale streamers, and both had been allergic to bundling outside of some telecom partnerships, but the new deal will "bring Apple TV's beloved shows and movies to more viewers in more places," said Oliver Schusser, Apple's vp of Apple TV, Apple Music, Sports, and Beats.

And then on Oct. 17, Apple capped off the week with its long-expected but nonetheless blockbuster $750 million deal for Formula One rights in the U.S. It was a deal that Cue suggested was in line with the company's long-term thinking: "We love looking forward," Cue told reporters.

"This is something that we've dreamed of, in a way, and from the beginning of our vision for Apple TV, we wanted to deliver customers the best stories from the most creative storytellers," Cue said. "We launched in 2019, and we started with nine original series, and now we've got a deep library of over 300 shows and movies and thousands of hours, and everyone on Apple TV in the U.S. will now get Formula One, they're going to get everything that Formula One has to offer, and it's going to be amazing, because we're focused on quality and creating incredible content, and there's no more incredible content than Formula One."

Cue said that the timing of the Peacock bundle and F1 deal was a "coincidence," but it's just another example of how change is in the air at Apple, changing the name, changing the bundling strategy, and changing sports ambitions, which thus far have been limited to a deal with Major League Soccer, and Friday night Major League Baseball games.

"I'm a huge F1 fan, but I'm also a huge sports fan, and one of the things that we wanted to do if we were going to offer some level of sports is to be able to do it in a way that is what I think sports fans want, which is easy access, available, same location, same place, they know exactly where to get it, where it's coming from, all of the complexities that you deal with in sports and watching going away," Cue said, when asked by The Hollywood Reporter about how the new deal fits into the company's sports strategy.



Apple TV MLB Friday Night Baseball sideline reporter Tricia Whitaker interviews George Springer of the Toronto Blue Jays following a game against the Seattle Mariners in April.

Cue added, "And I think for fans of F1 it's going to be incredibly easy. It's going to offer capabilities that they've never had before, just because of the ability of having the app and being able to work closely with F1 and what we're able to do together that lets us differentiate. That's hard to do. It takes a complete commitment from us and from the league or the sports entity and that's the way we look at it."

Or as CFRA analyst Angelo Zino explains: "The deal reflects Apple's strategic approach to live sports, focusing on exclusive rights that allow complete control over user experience rather than traditional sports broadcasting models."

Beyond Peacock, Apple has cut other deals over the last year in service of expanding the service, from a deal with Amazon to bring Apple TV to Prime Video Channels, to a partnership with Chase earlier this year to give Sapphire Reserve credit card holders complimentary subscriptions to Apple TV and Apple Music.

They are choices that have caught the eye of the creative community as well, a community that Apple has been deftly supporting through its high-profile and star-studded series and films.

"Selfishly, I think it's great because more people get to see our show," Severance executive producer and director Ben Stiller told THR earlier this year. "To be able to broaden the audience for certain shows that sometimes people might not be able to watch because they're having to make choices on streamers — which I understand, too, it's just a strange new time in terms of how you make these choices to watch things."

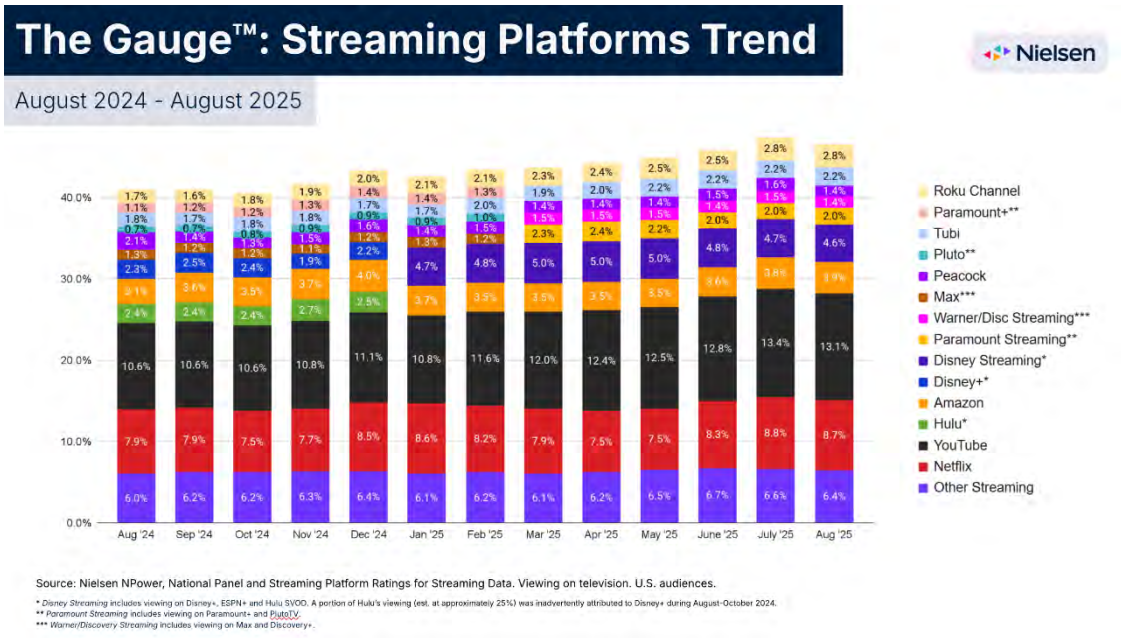
And across the advertising industry, marketing veterans are wondering whether the changes Apple has made to Apple TV (including a steep 30 percent price hike in August) mean that even more change is coming: Perhaps a cheaper ad-supported tier?

Apple TV is the only major streaming service without an ad tier, though it does feature limited advertising on both Major League Soccer programming and its Friday night MLB games. A source familiar with the matter says that Apple's F1 coverage will include commercials, though consistent with ESPN's coverage, there will not be ads while cars are on the track during the Grand Prix races.

But as multiple advertising world sources note, Apple has hired its fair share of TV and streaming video veterans over the past couple of years, which, when combined with this newfound desire to cut deals to expand Apple TV's reach, is certainly suggestive of broader ambitions.

"When we talk about Apple, I believe they're talking about not only technology, not only connectivity, you're talking about social relevancy," said Stefano Domenicali, the CEO of F1.

The tech giant has the social currency, now Apple wants to ride the F1 wave, its new brand, and its newfound partnerships, to streaming relevancy.



VARIETY

Oct 20, 2025 8:38am PT

Disney+, Hulu Cancellation Rates Doubled Amid Jimmy Kimmel Suspension and Price Hikes — but Sign-Ups Also Increased

By **Todd Spangler**



BEVERLY HILLS, CALIFORNIA - MAY 20: Jimmy Kimmel speaks onstage during the Alliance for Women in Media Foundation's 50th Annual Gracie Awards at the Beverly Wilshire, a Four Seasons Hotel on May 20, 2025 in Beverly Hills, California. (Photo by Amy Sussman/Getty Images for Alliance for Women in Media Foundation)

ABC's decision to suspend Jimmy Kimmel's late-night show last month drove a surge in cancellations of Disney+ and Hulu streaming services by consumers outraged over the move. However, both services also saw an increase in the number of sign-ups during the month of September, which helped offset those nixing their subscriptions, according to data released Monday.

On Sept. 17, ABC said "Jimmy Kimmel Live!" would be suspended "indefinitely." That came following remarks the host made on his show two days prior about "the MAGA gang" trying to score political points over the suspect charged with the murder of conservative activist Charlie Kirk, resulting in outrage on the right that led two big ABC affiliate groups — Nexstar and Sinclair — to announce they were pre-empting Kimmel. Disney brought Kimmel back on Tuesday, Sept. 23, with the show delivering TV ratings to rank as its highest-rated episode ever even with the Sinclair and Nexstar boycotts.

A wave of consumers canceled (or threaten to cancel) Hulu and/or Disney+ to protest ABC's suspension Kimmel. And according to research firm Antenna, for the month of September 2025, the U.S. cancellation rate for Disney+ averaged 8% — double the 4% estimate for the prior two months. Similarly, Hulu's cancellation rate for the month was 10%, twice the 5% for the preceding two months. For September, the industry weighted average cancellation rate across nine premium services (Apple TV+, Discovery+, Disney+, HBO Max, Hulu, Netflix, Paramount+, Peacock, Starz) was 7%, according to Antenna.

That said, both Disney+ and Hulu had higher sign-ups in September than the two prior months, per Antenna. Disney+ had 2.18 million new subscribers (vs. 1.99 million in August and 1.65 million in July) and Hulu had 2.11 million (vs. 1.97 million and 1.73 million), according to Antenna's estimates. In addition, the number of gross adds for September of both Disney+ and Hulu saw a market share of 14% each (down compared with August but up vs. July). For the 12-month period from September 2024-September 2025, Disney+ sign-ups averaged 1.99 million and Hulu averaged 2.25 million, per Antenna.

One important caveat: Antenna's methodology does not cover subscriptions via Disney's wholesale streaming business, including its distribution deal with Charter. In addition, the Antenna data as released does not shed light on whether consumers who "canceled" did so as part of switching, upgrading or downgrading their streaming plans.

Another note of context about the Antenna data: Disney on Sept. 23 announced price increases across most Disney+, Hulu streaming plans and bundles, and that naturally would have contributed to higher-than-usual cancellations.

In announcing its June quarter results, Disney said it expected total Disney+ and Hulu subscriptions to increase by more than 10 million, primarily driven by the company's expanded Charter deal — however, that was before the Kimmel brouhaha.

It's not clear what the ultimate result on net additions for Disney+ and Hulu were for the month of September. Antenna tracks net adds but that information is only available to clients. But the increase in sign-ups would obviously have served to mitigate the cancellations the Disney-owned streamers saw for the month.

As of the end of June, core Disney+ subscribers stood at 128 million, up 1.8 million sequentially. Hulu subscribers reached 55.5 million, a net gain of 800,000.

Disney, following in the footsteps of Netflix and others, will stop reporting the number of subscribers for its Disney+, Hulu and ESPN+ streaming services, saying the metric has become "less meaningful to evaluating the performance of our businesses." The company will discontinue reporting subs and ARPU for Disney+ and Hulu with the first quarter of its fiscal 2026 (the last three months of calendar year 2025), and will no longer report the metrics for ESPN+ as of the September 2025 quarter. The company is scheduled to release September 2025 results on Nov. 13 after the market close.

According to New York-based Antenna, its estimates are based on millions of permission-based, consumer opt-in, raw transaction records, which are sourced from a variety of partners. The data includes digital purchase and cancellation receipts, consumer subscription signals, and credit, debit and banking data. Antenna says it cleans and models the raw data, and then subsequently weighs the panel to correct for demographic and behavioral skews.

VARIETY

Oct 20, 2025 8:20am PT

Paramount Wants to Battle Amazon, Google for Digital Ad Dollars, but First Must Navigate a Tricky Sales Situation

By **Brian Steinberg**



Jay Askinasi, John Halley

There aren't many rules when it comes to selling commercials, but among traditional media companies, one has long been honored: Before the new head of a sales division comes to work, the predecessor usually leaves.

Paramount Skydance is taking a different tack.

The company, led by entrepreneur David Ellison, last week unveiled an unorthodox new structure for its ad sales operations. Jay Askinasi (above, pictured, left), formerly a senior sales executive at Roku, will arrive November 3 as Paramount's new chief revenue officer, taking responsibility for ad sales. In a counter-intuitive twist, John Halley (above, pictured, right), the current leader of the company's ad sales, is

expected to stay — though whether it's for a short-term stint or a longer-term role could not be learned. Despite his new title, Askinasi was not given any authority over other areas of monetization, according to a person familiar with the company, including cash flows coming from syndication of content or distribution via cable and satellite partners or TV affiliates. Indeed, Paramount already has an executive who oversees distribution deals, a veteran named Ray Hopkins who has been with the conglomerate and its predecessors for years.

"Many folks are surprised" by the decision to have Halley and Askinasi work together, says one media buying executive. "The biggest question is what Halley's role is," and if he stays for a longer period. Halley could not be reached for direct comment, and Paramount declined to comment on the terms of his current contract.

Askinasi has only a limited tenure on the sales side of Madison Avenue's negotiating table, but his ascension at the new Paramount puts a spotlight on massive shifts taking place in the world of TV advertising, which is increasingly reliant on digital sales rather than those tied to the traditional video screen. Spanish-language media giant TelevisaUnivison in June parted ways with ad-sales chief Donna Speciale — a TV-sales veteran who logged stints at Time Warner and Publicis Groupe — and recruited a new executive, Tim Natividad, who has worked for Roku, Amazon and TikTok. NBCUniversal has given increasing responsibility for its ad-sales efforts to Allison Levin, another former senior Roku sales executive.

Simply put, executives from digital outlets like Roku have more familiarity with new systems of advertising that more big marketers are tapping with greater regularity. People who watch traditional TV see the same national commercials in a "break," no matter whether they view their favorite show in Des Moines or Gainesville. But streaming subscribers often see an array of commercials that make use of geography, demographics and consumer preferences to dovetail with the needs of the person watching.

With that in mind, even companies that own large TV networks need more people skilled at setting up deals for what is known as "programmatic" advertising, or commercial inventory often scooped up in seconds via algorithms that seek out specific types of consumers, such as first-time mothers or people poised to buy a new car.

Halley has many of these skills. Recognized in the ad industry for his deep expertise in managing ad-tech operations, Halley has over years worked set up offerings that allowed advertisers to buy specific kinds of viewer impressions at Viacom, one of Paramount's predecessor companies. He has experimented with technology that puts commercials aimed at specific consumers over CBS, which typically runs the type of ads everyone sees at once. In recent years, Halley fought for better tabulation of viewers of CBS and Paramount's cable networks via their digital platforms, refusing

for a time to sign a new deal with Nielsen and instead setting up a ratings contract with VideoAmp, a rival audience measurement service. And he has played an instrumental role in the development of a TV-industry council helping to vet new measurement offerings in hopes of setting up a wider array of vendors beyond Nielsen, whose fees are no small part of the media sector's fixed costs.

Executives at Paramount, however, feel they need more. There is a belief inside Paramount that the bulk of the company's ad sales will, over time, be sold from streaming platforms, which requires new ad-tech "built from the ground up," according to the person familiar with the company. The old Paramount never had the resources to build such infrastructure, this person says, and will need to ramp up to battle players such as Amazon and Google if it is to have a viable business. At present, this person says Paramount's most sizable streaming ad products are found on its free Pluto streaming service, which works on a different platform than Paramount+. In the company's view, such piecemeal offerings can no longer stand.

Askinasi, who will report to both Paramount's Ellison, the CEO, and to Jeff Shell, the president, is expected to work closely with both Cindy Holland, the former Netflix executive who now oversees all of Paramount' streaming properties, and Dane Glasgow, a former Facebook executive tasked with developing innovative products across the company. Meanwhile, Halley remains a valuable navigator of the overall sales market and how to devise enticing offers to potential advertisers.

Still, five people familiar with TV ad sales and the Paramount sales team suggest the current arrangement is messy at best. Askanasi, who has worked as a senior executive for Publicis Groupe's media buying operations, enjoys a reputation as a gregarious executive who is well-liked by clients and negotiating partners. Halley is viewed as having more academic disposition and is more enmeshed with operations and technology and is respected for his industry smarts. Which executive should clients approach? Which should various sales teams keep more in mind? What's more, Askinasi takes over just as hundreds of Paramount employees are being laid off — including some, no doubt, in ad sales. He will run a department consisting of a staff he had no say in shaping.

Paramount must grapple with other challenges. Its cable properties are increasingly irrelevant in the market, and networks like Logo, MTV and TV Land have been starved of new content for years. Many of the networks have just one or two original programs and focus heavily on shows from Paramount's library. Such stuff makes the task of selling CBS' ad time — some of the most desirable in the business — more difficult, because ad-sales executives often must press clients to buy up cable volume to gain access to top tier stuff.

Paramount's ad revenue has eroded gradually. Ad sales tied to streaming and those tied to traditional TV were both off 6% for the first half of the year, according to the company's second-quarter earnings report. The company may see Askinasi as a new ambassador to parties ranging from Coca-Cola to Nielsen.

At least one of Halley's policies is likely to stay in place. He raised eyebrows in 2022 when he decided to cancel Paramount's annual May upfront showcase to advertisers. The event, long held at New York's Carnegie Hall when it was backed by CBS, was viewed as a bellwether for the event, which kicks off an annual scrum to sell billions in TV ad time ahead of the networks' next cycle of programming. In recent years, Paramount has held a series of bespoke meetings with different advertisers and agencies, changing elements of its presentation to suit the attendee., People familiar with the market say the meetings have been successful, and help Paramount strike longer-term deals with advertisers that are often more complex and worth more money than those they might have gained form traditional upfront outreach

Old-school upfront showcases have become "bombastic," Halley told Variety earlier this year, and don't allow for an exchange of ideas between media outlets and advertisers. "Being able to hear from our customers, what they need from us, is critical," Halley said at the time. "It's critical, and it can't be replicated in the big show."

Executives at Paramount agree, and the person familiar with the company suggests Halley's strategy is likely to continue in 2026. At least one other outlet has begun to use a similar idea. In 2025, Roku, with ad sales headed by Askinasi, launched its own series of private meetings with advertisers.

DEADLINE

NEWS

Paramount Job Cuts Coming Earlier Than Expected

By Anthony D'Alessandro October 17, 2025 1:00pm



The iconic gates of Paramount Pictures

EXCLUSIVE: Paramount has announced that its earnings call to discuss the company's Q3 results will be on November 10. As such, it's expected that the entertainment conglomerate will move up its reduction in force to the week of October 27. This is according to sources.

Originally, Paramount layoffs were expected to begin in early November, with 2,500-3,000 positions impacted. We understand that for stateside employees that number could be around 2,000, with overseas cost savings still being calculated. Note, the pink-slipping in late October is only the first round, with layoffs expected to continue until the end of the year.

The David Ellison-run corporation previously announced it was eyeing about $2 billion in cost savings post-merger; Skydance's purchase of Paramount closed August 7. Cuts are expected across theatrical, streaming, linear and all other divisions, with key executives having already departed. Paramount has 18,000 employees around the world, while Skydance has a staff that's under 2,000.

Paramount declined comment Friday on the recent job cuts update.

“We do not want to be a company that has layoffs every quarter,” Paramount president Jeff Shell said at an August presser for the new Paramount. “So, it’s going to be painful. It’s always hard, but we don’t want to be a company that every quarter is laying people off.”

Ellison in a note to staff in early September told employees that they will be expected to work in the office five days a week beginning January 5, 2026. Those who prefer not to work in the office can explore a buyout.

Meanwhile, the new Paramount is preparing a potential $60 billion bid to take over Warner Bros Discovery.

PUCK

The Daily Courant

CNN's Sequelitis

The imminent launch of Mark Thompson's "All Access" streaming service recalls all the familiar questions that plagued CNN+: Can subscriptions save CNN from its post-linear malaise? Does anyone really want this? And is it all too little, too late?



One wonders how much longer Mark Thompson intends to stick around and suffer this indignity. I suspect the pay is pretty good, and given how fast things change in this business, maybe he'd like to keep his options open. Photo: Shannon Finney/Getty Images for Semafor

Dylan Byers October 17, 2025

On Thursday morning, CNN C.E.O. Mark Thompson joined the 9 a.m. editorial call and announced an October 28 launch date for the network's new "All Access" streaming service—a $6.99-a-month tier that gives subscribers access to CNN's live and on-demand programming, including a feed of the network's linear broadcast. The news was both long-awaited—nearly four years earlier, former CNN president Jeff Zucker and

his team had tried to stand up a very similar offering in CNN+—and unremarkable. When CNN+ launched, then-digital chief Andrew Morse described it as "the most important launch for CNN since Ted Turner launched the network in June of 1980." This time around, no one even pretended to be under such illusions.

In private, members of the current regime contend that this is a better product because it offers the live linear feed. Of course, members of the previous regime counter that the original plan was to include the live feed starting in 2026—and that, had David Zaslav not killed it in the crib, CNN+ would now have at least 6 million subscribers by the most conservative estimates. That may or may not have been a pipe dream then, but the salient detail is that it certainly would be now—which may explain why many CNN insiders are reacting to this week's announcement with a collective shrug.

I'll spare you the now all-too-familiar history of how we arrived here. Suffice to say that CNN lost a lot of its D.T.C. momentum during the last few years, as Chris Licht's mismanagement hastened the decline of the core linear business and Mark failed to fulfill his reputation as a digital transformation artist. In brief, Licht all but decimated CNN's brand equity and hemorrhaged ratings, turning would-be digital subscribers away at the top of the funnel. Mark had the right digital priorities, but arrived with only the dog-eared playbook he'd been given to execute The New York Times's own D.T.C. transformation a decade earlier—and, if we're being honest, a less valuable product to pull it off with. As he's surely aware by now, it's not a one-size-fits-all strategy.

The Ghosts of CNN+

In any event, the mountain before CNN is now quite steep. The bull case from the front office is that they need to convert only a small fraction of the 120 million-some users who visit CNN.com each month, and that cord-cutters who can't get news from Netflix and Amazon will see the appeal of adding an à la carte service. (CNN's first marketing spot debuted on YouTube during the recent Chiefs–Chargers game, which gives you an idea of the audience they're going after.) The bear case is that cord-nevers already watch their version of news on YouTube and X (if they watch news at all), and the world needs CNN a whole lot less than anyone inside the building realizes.

Alas, the headwinds are already evident. ESPN, which recently launched its flagship streamer, has so far amassed fewer than a million subscribers, according to available estimates. (Guggenheim puts the number at half a million, Antenna somewhere between 750,000 and 900,000.) In a best-case scenario, analysts predict it may one day reach up to 8 million—enough to help drive up ARPU through the Disney bundle, but by no means enough to offset the losses in cable. The difference is that ESPN still has some exclusive live rights to the NFL, college football, the NBA, et al., which still makes it a must-have for consumers.

News, by contrast, is heavily commoditized, and in the post-Zucker era, CNN no longer produces it in a compelling or differentiated way. Its edge in live video is growing vulnerable to myriad competitors, especially as the Times and others ramp up their own investments in those areas. And indeed, even the very format of buttoned-up anchors at desks reading teleprompters is discordant in an era that rewards authenticity from personable and charismatic creators. Jake Tapper reading Trump's text messages in his Eagles sweatshirt is not going to solve for that.

Meanwhile, CNN's effort to achieve differentiation through a Timesian strategy of niche verticals is also limited by its mass market orientation. This year CNN tapped New York and New York Times veteran Choire Sicha to help develop lifestyle channels, and recently hired The Washington Post's Rachel Tashjian to serve as a fashion critic. Of course, lifestyle coverage and criticism is now disseminated across digital brands and social media influencers, and it's hard to imagine millions of consumers pulling out their credit cards to get fashion tips—or food, or travel, or health and wellness advice—from a cable news network when they can pay for more premium sources or simply get it elsewhere for free. This hire, as good as it might look on paper, is designed to disappoint everyone involved and gesture at the impossibility of CNN's challenges: It's both too big for fandoms and too small to superscale.

Presumably, Mark sees that reality, but also knows that at least having a streaming service in 2025 beats the alternative. And looming over all this is the fact that Zaslav has already consigned CNN to the fate of the soon-to-be-spun-off cable portfolio, which will either ride its decline to a private equity exit or be absorbed by David Ellison's Paramount, at which point CNN will likely be handed over to Bari Weiss—who will then have to decide whether she wants to kill off a subscale news streamer, as Zaz once did. Indeed, one wonders how much longer Thompson intends to stick around and suffer this indignity. I suspect the pay is pretty good, and given how fast things change in this business, maybe he'd like to keep his options open.

For now, most CNN insiders remain nonplussed. "The ghost of the CNN+ flop still haunts everyone, the fact that it's taken this long to get to the streaming launch hasn't helped, and the so-far lack of a clearly communicated plan to deal with [the challenges] of streaming is feeding a sense of, Sure, let's see what happens, maybe," one CNN journalist said. "It would be really nice if it works, and there's reason to believe it can, that CNN is at least decently positioned to be stronger than others in the next phase of the multiplatform future."

Meanwhile, members of the previous regime are just happy to see the fruits of their labor finally come to fruition: "I think launching a global direct-to-consumer service sounds like a really smart idea," Morse told me on Friday. "I wish we'd thought of it."

The Hollywood Reporter

Are Influencers Too Big for Hollywood?

With millions in brand deals and daily ego boosts from legions of followers, not every creator wants to endure the industry's humiliations.

By McKinley Franklin October 17, 2025



DAVID SWANSON/AFP/Getty Images; Adobe Stock

Quinta Brunson got her start a decade ago posting skits on Instagram. Now she's taking Abbott Elementary into its fifth season. More recently, Benito Skinner hit it big on TikTok with his celebrity parody videos; he went on to create and star in Hulu's Overcompensating.

Hollywood has long been the top of the mountain, the final level of stardom. But with film and TV on the decline, and brands throwing millions at influencers, are top creators even interested in breaking into the industry?

Lauren Palmer, a senior talent manager at Palette Media, says 85 to 90 percent of her clients are interested in traditional entertainment careers. Her boss Josh DeAngelis, Palette's co-founder and president of talent, says interest depends on why people got into content creation in the first place.

“There are certain talent who use digital as their version of waiting tables, with the goal of making enough money in the interim to achieve that final goal,” he says. “Then there are others who went into it to just make money and never had traditional aspirations.”

Max Zavidow (@formerteenheartthrob), who posts short films on Instagram and TikTok, always wanted to be a stand-up comedian. As his follower count rose, he stopped thinking of socials as a springboard and more as a destination. “What if social media isn’t just a platform?” he says. “What if it’s not just a launching pad for other places — what if social media is the place? What if it’s a medium?” He says seeing it as such leads one to ask, “What stories best exist here that wouldn’t work as a movie or TV show?”

Creator Mo (@ThatDollMo), who has 6 million followers across TikTok and Instagram, posts feminism-forward comedy content on a weekly basis. But she has loftier — or rather more classic — ambitions. “I love what I’m doing, but I want to do more. That’s the only way [the] industry is going to keep growing,” she says. “That’s the next step for influencers — when they have a big audience, it’ll [transition] to another platform.”

There might be a way, but is there a will? DeAngelis, who manages 175 clients, says “a noticeably smaller portion” of creators wants to spend the effort required to break into the industry. “It’s a humbling experience to go from achieving millions of views to then being just another person in the casting room who’s hoping they get picked,” he explains. “[Creators] have to be putting in the same work that any other actor would. Some talent are very interested in putting in work, others don’t want to.”

Successful influencers seeking Hollywood careers aren’t exactly starting from the bottom. Palmer argues that follow count can offer a shortcut to booking jobs. “I view social [as] leveraging your platform to make you undeniable to cut the line,” she says. “You’re seeing TikTokers going on Abbott Elementary, and I’m unsure if they read for that role against other creators or aspiring actors. But I know for a fact their large social following gave them more movement.”

Both Palmer and Mo cite Dancing With the Stars as an example of a program that’s caught up to the demand for digital stars — one that respects (and rewards) social media followings.

“We’re seeing right now with Dancing With the Stars, everybody’s starting to [respect] influencers when it comes to celebrity status,” Mo notes. “As time goes on, the bigger you are, the more it helps [your career].”

Industry execs may want a cut of the action, but whether casting agents take creators seriously is another question. DeAngelis believes that it will become easier for influencers to break into Hollywood as social media content becomes more established as an entertainment sector in its own right.

Mo, for her part, does see creators continuing to aspire to traditional stardom. “But I don’t think it’ll be a lot of people,” Mo notes. “Like Britney Spears, she has legend status. You can’t copy those people. They’ll be remembered as originals, while creators have a head start in the industry thanks to their platforms.”

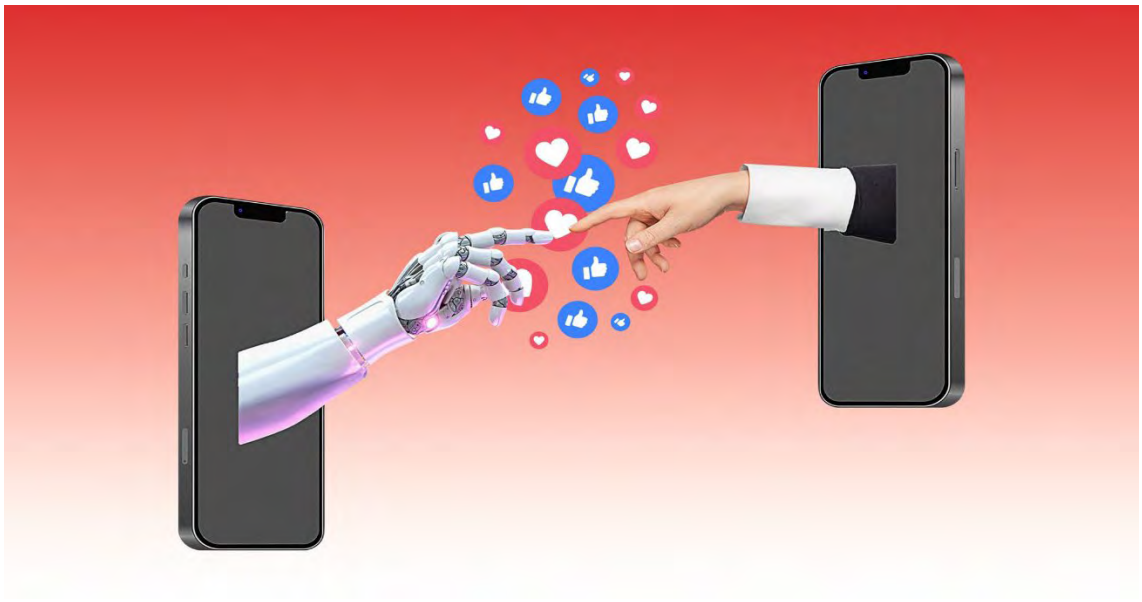
The Hollywood Reporter

DIGITAL

Creators Have Disrupted Hollywood. Now AI's Coming to Disrupt Them.

Just as influencers are enjoying their cultural supremacy, AI is poised to change the content game all over again.

By **Steven Zeitchik** October 18, 2025 9:30am



As Sora 2 sweeps through social media feeds, it inevitably provokes the question of what all this will mean for influencers. How will the ability to conjure up realistic video at the drop of a hat shake up a world that's based on creating those videos by hand?

The prospect of automation fills many influencers with delight because it means a powerful new tool to convey their content and message. But it also fills them with dread because part of what has made them so effective is their skill in shooting and editing footage, and now the barriers to that footage are so low that pretty much anyone can do it.

A grassroots is springing up to sound these alarms. Toronto artist Sam Yang has been talking for a while about the dangers of generative AI on his platforms, telling his nearly 2 million YouTube followers that "artists are fed up with AI art because their copyrighted work is being used to train AI models without their consent, leading to reputation damage, forgery and fraud."

Model turned activist Sinead Bovell, who has about 600,000 followers on Instagram and TikTok combined, has warned about these AI effects in the modeling corners of the internet. “Eventually, we get so accustomed to it, we stop asking whether there’s a real human model being compensated for their likeness, for the hundreds (even thousands) of hours they dedicated to honing a craft that now powers the very AI engines competing for their livelihoods,” she wrote several months ago.

An Atlantic investigation last month confirmed their fears: It found that AI has been trained on at least a million how-to videos from popular influencers in areas from woodworking to beauty, presumably allowing anyone who uses these models to re-create the influencers’ hard work and build their own followings.

Meanwhile, supporters of AI in the creator world say that video becoming so push-button will put a greater emphasis on human relatability and style — exactly the kinds of things that influencers excel at.

And they note that so-called virtual influencers like Aitana López from the Barcelona agency The Clueless (company tagline: “Blurring the line between the real and the virtual”) or Lil Miquela from Vancouver-based Web 3 powerhouse Dapper Labs have long coexisted with human influencers, and they have their own style prompted by a human.

AI almost certainly will increase the slop factor in the influencer world and make the field more competitive.

But in some cases, it could also mean human influencers leaning in to the unique. Good thing so many know how to do that.

SCREENDAILY

NEWS

German government to support cinemas showing European and arthouse films

BY MARTIN BLANEY | 17 OCTOBER 2025



Germany's culture minister Wolfram Weimer has launched a new fund for German cinemas that give prominence to German, European and artistically ambitious films.

Called "Liebling Kino", the funding programme has an annual budget of €7m.

“Our goal is to preserve and strengthen the German cinema landscape,” Weimer explained in a statement. “Cinemas are places of encounter, emotion and shared experience – in big cities as well as in rural areas.”

“It is especially in times of social tension that we need the communal experience of cinema and the unifying power of film art,” he added.

The support for the exhibitors will be based on a “reference” points system taking into account the previous year’s admission figures generated by a cinema for the theatrical releases of German and European films as well as in the category of “artistic-creative films” which covers festival films, productions funded by the culture ministry (BKM) and films by young talents supported by the Kuratorium junger deutscher Film.

Additional points can be generated by other aspects of a cinema’s activities such as screenings organised for schools, the programming of at least 100 documentaries as well as film events offering a platform to address socially relevant issues.

Each “reference” point will each be worth €1.50 with a maximum possible award of €150,000 being paid out to a single cinema.

The new funding programme will be administered on behalf of the BKM by the German Federal Film Fund (FFA) with exhibitors able to start making applications via the FFA’s digital service portal from the beginning of November.

It complements the awards recognising the high quality of film programming by cinemas throughout Germany by such regional film funds as Film- und Medienstiftung NRW, Medienboard Berlin-Brandenburg, MOIN Filmförderung and FFF Bayern.

El documental “Ucrania, resistencia y esperanza” mostra el treball humanitari de sor Lucía Caram a favor d’aquest país



Sor Lucía amb refugiats ucraïnesos.

20 d'octubre 2025 **Carme Munté Margalef**

Aquesta setmana s’estrena el documental *Ucrania, resistencia y esperanza*, un relat humà, visceral i profundament emocional que recorre l’ànima ferida d’un país devastat, de la mà de la seva protagonista: sor Lucía Caram, monja dominica de Manresa.

La pel·lícula ens trasllada des del convent de Santa Clara de Manresa fins al cor del conflicte, acompanyant sor Lucía en la seva 32ena i 36ena expedició humanitària a Ucraïna. Des del minut zero d’aquest conflicte devastador que va començar el 24 de febrer del 2022, sor Lucía ha estat duent a terme una tasca humanitària per ajudar la població ucraïnesa: l’acollida de persones desplaçades, l’enviament d’ajuda humanitària i la creació de corredors humanitaris per salvar vides. Per aquesta tasca, sor Lucía va comptar sempre amb l’ajuda i complicitat del papa Francesc.

Com ha explicat sor Lucía en declaracions exclusives a Catalunya Cristiana i Ràdio Estel, el papa Lleó XIV també comparteix la mateixa preocupació per Ucraïna i s’ha interessat per la tasca que hi desenvolupa la monja catalana: “Em va dir que el visités al Vaticà i vam mantenir una reunió de 50 minuts de durada. Com feia el papa Francesc, també Lleó XIV em va donar rosaris per portar a la població ucraïnesa.”



Sor Lucía amb el papa Francesc.

El documental mostra allò que passa lluny dels focus mediàtics: el dia a dia d'un poble que resisteix, la vida dels infants sota terra cada nit, el dolor de les famílies refugiades, la valentia silenciosa dels qui lluiten sense armes.



El documental recull més de 40 corredors humanitaris impulsats per la Fundació del Convent de Santa Clara de Manresa des de l'inici de la invasió russa, i mostra el compromís solidari de centenars de voluntaris i entitats.

La presentació a Madrid es farà el 22 d'octubre a dos quarts de set a l'Espacio Movistar i a Barcelona, l'endemà dijous 23 d'octubre, a les sis de la tarda, al CosmoCaixa. El mateix dijous ja estarà disponible a la plataforma Movistar Plus+.

Sor Lucía Caram dona veu a les víctimes d'Ucraïna a través d'un documental

Aquest dijous s'estrena a Movistar+ el documental 'Ucrania, resistencia y esperanza' on la monja dominica mostra la resistència i fe del poble ucraïnès

20 octubre 2025 **Redacció**

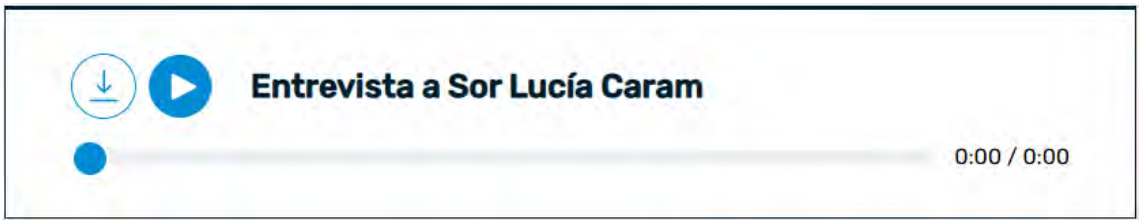


Aquest dijous s'estrena a Movistar+ el documental 'Ucrania, resistencia y esperanza' on, de la mà de Sor Lucía Caram dona veu a les víctimes ucraïneses de la guerra. "Hem gravat 40 corredors humanitaris i volem mostrar la resistència i fe del poble ucraïnès", relata la mateixa Lucía Caram. A més, destaca com la presència de la guerra tecnològica s'ha fet lloc. "Volem explicar què significa la guerra de drons i per què hi ha tants ferits", exposa a El Matí a Ràdio Estel.

D'altra banda, la monja dominica creu que encara costarà arribar a la pau. "Quan posem l'esperança en l'armament que entregaran o no els Estats Units, anem malament", manifesta. Així, apunta que cal encarar-ho a través de la via del diàleg.

Lucía Caram també ha mostrat agraïment al papa Francesc pel suport que li va donar, igual que ara ho fa a Lleó XIV, amb qui va mantenir una conversa. "Està preocupat pel silenci que hi ha a Europa per Ucraïna, que sembla que s'hagi oblidat", comenta.

Recupera l'entrevista



LA RAZÓN
Televisión

‘Rivales’, con Zendaya, llega a Movistar Plus+: el triángulo amoroso más intenso del 2024 ya está disponible

Dirigida por Luca Guadagnino, la cinta se convirtió en una de las películas más aclamadas de 2024, gracias a su mezcla de pasión, deporte y deseo, con una Zendaya en estado de gracia



Tras su paso por el Festival de San Sebastián, ‘Un fantasma en la batalla’ llegó ayer a Netflix MGM

Adrián Cámara Madrid Creada: 18.10.2025

‘Rivales’, la película que redefinió la tensión entre el amor y la ambición, ya puede verse en Movistar Plus+. Dirigida por Luca Guadagnino, maestro de la sensualidad visual y los retratos emocionales intensos, la cinta se convirtió en una de las obras más aclamadas y comentadas de 2024, conquistando tanto a la crítica como al público por su audaz mezcla de pasión, deseo, rivalidad y elegancia estética.

La historia gira en torno a Tashi Duncan, interpretada por una magnética Zendaya, una antigua promesa del tenis que, tras una lesión, se reinventa como entrenadora. Entre sus pupilos se encuentran Art (Mike Faist), su marido, y Patrick (Josh O’Connor), su antiguo amante y rival en la pista. Cuando ambos vuelven a enfrentarse en un torneo menor, años después, el partido se transforma en un duelo emocional donde la tensión sexual, los celos y los recuerdos no resueltos lo inundan todo.

Con un guion de Justin Kuritzkes, ‘Rivales’ no es solo una historia de triángulos amorosos, sino una mirada elegante y provocadora sobre cómo el amor puede ser tan competitivo como el deporte, y cómo el deseo se convierte en motor —y en castigo— de quienes viven para ganar. Guadagnino convierte cada punto de tenis en una

coreografía erótica y psicológica, donde la cámara vibra con la misma intensidad que los cuerpos y las miradas de sus protagonistas.

La película fue celebrada como una de las más hipnóticas y sofisticadas del año, con una fotografía de Sayombhu Mukdeeprom que convierte cada plano en una pintura, y una banda sonora de Trent Reznor y Atticus Ross que late como un pulso nervioso entre la pasión y la derrota. La crítica internacional la definió como “un retrato perfecto del deseo moderno” y “la obra más carnal y madura de Guadagnino desde Call Me by Your Name”.

En ‘Rivales’, Zendaya firma la interpretación más compleja y magnética de su carrera: poderosa, contradictoria, impredecible. Su Tashi domina el juego dentro y fuera de la pista, pero también revela las grietas de quien necesita controlarlo todo para no perderlo todo. Frente a ella, O’Connor y Faist encarnan con brillante fragilidad a dos hombres atrapados entre la admiración y la dependencia, incapaces de romper el ciclo que los une a ella.

LA VANGUARDIA

PAÍS: España
PÁGINAS: 36
AVE: 12300 €
ÁREA: 45 CM² - 20%

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

18 Octubre, 2025



EN ABIERTO



SECRETOS COMPARTIDOS

La 1 17.30 horas

Romance, comedia 105 minutos ★★★

Dirección: Ben Younger **Intérpretes:** Meryl Streep, Uma Thurman, Bryan Greenberg
Nacionalidad: EE. UU., 2005

La vida de Rafi da un vuelco cuando empieza a salir con un pintor mucho más joven que ella.



LA DECISIÓ

TV3 17.40 horas

Drama 97 minutos ★★★

Dirección: Roger Michell **Intérpretes:** Susan Sarandon, Kate Winslet, Sam Neil
Nacionalidad: EE. UU., 2019

Una mujer que padece ELA decide acabar con su vida mediante la eutanasia y con la ayuda de su marido.

PLATAFORMAS



UN FANTASMA EN LA BATALLA

Netflix Thriller político

Filme escrito y dirigido por Agustín Díaz Yanes inspirado en la mayor operación encubierta contra ETA. La película cuenta la historia de Amaia (Susana Abaitua), una joven guardia civil que permanece más de una década trabajando como agente encubierta dentro de la banda terrorista con el objetivo de localizar los zulos que tenían escondidos en Francia.



UN ASESINATO CON VISTAS

RTVE Play Docuserie

El alcalde de Polop Alejandro Ponsoda es asesinado en la puerta de su casa en octubre del 2007, lo que provoca conmoción en toda la comarca. Esta nueva serie documental profundiza en la investigación llevada a cabo por la unidad central operativa de la Guardia Civil en uno de los crímenes políticos más impactantes de la historia reciente.



RIVALES

Movistar Plus+ Drama romántico

Película de Luca Guadagnino (*Call me by your name*) ambientada en el mundo del tenis profesional que trata sobre un competitivo y cautivador triángulo amoroso. Zendaya da vida a una tenista reconvertida en entrenadora que apunta a su marido a un torneo junto a su antiguo mejor amigo y exnovio de ella. Josh O'Connor y Mike Faist completan el reparto.



LA EMPRESA DE SILLAS

HBO Max Miniserie

Creada por Tim Robinson y Zach Kanin, esta serie cómica de ocho episodios arranca cuando, tras un incidente embarazoso en el trabajo, William Ronald Trosper (al que interpreta también Robinson) se ve envuelto en la investigación de una conspiración de gran alcance. El reparto también incluye a Lake Bell, Sophia Lillis y Will Price.

‘Rivales’ llega a plataformas: Dónde y cuándo ver la película de Luca Guadagnino protagonizada por Zendaya

Redacción Best Movie 17 octubre 2025



Rivales de Luca Guadagnino llega hoy, 17 de octubre, a Movistar Plus+.

La aplaudida película del director de Call Me by Your Name se estrena en la plataforma ofreciendo un drama romántico y deportivo ambientado en el competitivo mundo del tenis profesional y centrado en las complejas relaciones entre sus protagonistas.

La historia sigue a Tashi (Zendaya), una extenista convertida en entrenadora, que ha llevado a su marido Art (Mike Faist), un campeón de Grand Slam, al éxito. Sin embargo, cuando él atraviesa una racha de derrotas, Tashi lo inscribe en un torneo Challenger, donde se reencuentra con Patrick (Josh O’Connor), su antiguo mejor amigo y exnovio. Este reencuentro desata una serie de tensiones emocionales y profesionales que pondrán a prueba sus límites personales y profesionales.

El reparto cuenta con Zendaya, Josh O’Connor y Mike Faist, y la película destaca por su banda sonora original, reconocida en los Globos de Oro 2025 y los Critics Choice Awards, así como por la magnética interpretación de Zendaya, que confirma su madurez como actriz.

Rivales ya está disponible en Movistar Plus+, accesible desde su aplicación o sitio web oficial. No te pierdas este intenso y estilizado drama que combina la elegancia visual y la intensidad emocional características de Guadagnino, una historia sobre la ambición, el deseo y los límites entre la pasión y la obsesión.

PROGRAMACIÓN

«Doñana», el retrato de una tierra salvaje, estreno en Movistar Plus+

18 de octubre de 2025



El prestigioso equipo responsable de «Cantábrico» y «Dehesa, el bosque del lince ibérico» regresa para mostrarnos la belleza, la fragilidad y los desafíos de un ecosistema único. Con imágenes espectaculares, este documental muestra la extraordinaria diversidad del parque y las amenazas a las que se enfrenta. «Doñana» llega a Movistar Plus+ el domingo 19 de octubre.

Sinopsis

Doñana es la mayor reserva ecológica de Europa. Entre el Atlántico y el Guadalquivir, marismas, bosques y dunas albergan a más de 300 especies de aves migratorias y a especies en peligro de extinción como el lince ibérico. Rodado durante 31 meses y narrado por Odile Rodríguez de la Fuente, hija de Félix Rodríguez de la Fuente, 'Doñana' combina poesía visual y rigor científico para revelar un mundo donde la vida depende del agua.

A través de imágenes espectaculares, el documental retrata tanto la extraordinaria biodiversidad del parque como las amenazas que enfrenta, desde la sequía hasta la presión humana, mostrando el delicado equilibrio que sustenta este santuario natural.

Las claves

- Creado por Carmen Rodríguez y Joaquín Gutiérrez Acha ('Guadalquivir', 'Cantábrico', 'Dehesa, el bosque del lince ibérico'), el documental ofrece una mirada profunda y visualmente impactante a uno de los tesoros naturales más importantes de Europa, el Parque Nacional de Doñana.
- Una producción que muestra la belleza, la fragilidad y las graves amenazas a las que se enfrenta la mayor reserva ecológica de Europa, como la sequía o la intervención humana. Además, subraya la importancia del agua como elemento fundamental de la vida del ecosistema.
- Doñana tiene una narrativa visual muy potente y hace una reflexión profunda sobre la relación entre el ser humano y la naturaleza. Es una llamada urgente a la acción para la conservación de nuestro patrimonio natural.

cine&series MUNDIARIO

MOVISTAR+

Movistar Plus+ estrena Serena Williams, el documental definitivo sobre la leyenda del tenis

Movistar Plus+ estrenará Serena Williams, una serie documental de ocho episodios que repasa la trayectoria de una de las deportistas más influyentes y exitosas del siglo XXI.



Póster del documental de Serena Williams. / Movistar Plus+

Juan Manuel Mazas 20/oct/25

La docuserie, impulsada por Movistar Plus+, recorre los momentos más determinantes de la vida de Serena Williams, desde sus primeros años compitiendo junto a su hermana Venus hasta la conquista de sus 23 títulos de Grand Slam. A lo largo de casi tres décadas en la élite, Williams se convirtió en un símbolo de talento, constancia y superación, logrando algo que solo un puñado de deportistas ha conseguido: trascender más allá del deporte.

El documental ofrece una mirada exhaustiva a su carrera profesional, marcada por logros históricos y desafíos personales. Entre los temas que aborda destacan la pérdida de su hermana Yetunde Price, los retos de la maternidad y su regreso a la competición tras dar a luz. También se detiene en los últimos años de su trayectoria, en los que decidió poner fin a una carrera repleta de hitos que redefinieron el deporte femenino.

A lo largo de los ocho episodios, Serena Williams aporta su propio testimonio, junto al de figuras esenciales en su vida y carrera, como Venus Williams o el legendario Roger Federer. Las entrevistas y material de archivo permiten reconstruir no solo los éxitos deportivos, sino también los momentos más íntimos y personales de la campeona estadounidense

El estreno de Serena Williams coincide con un momento de reconocimiento internacional para la tenista, recientemente galardonada con el Premio Princesa de Asturias de los Deportes, un homenaje a su trayectoria y a su impacto más allá de las pistas.

El documental se emitirá en doble episodio semanal, y la serie completa estará disponible en la plataforma Movistar Plus+ a partir del 5 de noviembre, pero desde el 15 de octubre puedes disfrutrar el primer capítulo. @mundiario

PROGRAMACIÓN

Movistar Plus+ estrena en exclusiva «Informe Plus+: Maestro Obradovic»

19 de octubre de 2025



Su pasión, su intensidad y su vehemencia llevan marcando el baloncesto europeo más de treinta años

El programa de reportajes deportivos por excelencia de la plataforma, «Informe Plus+», estrena este lunes 20 de octubre a las 20:00h una nueva entrega sobre Zeljko Obradovic, uno de los referentes de la historia del baloncesto, en exclusiva en Movistar Plus+.

Informe Plus+: Maestro Obradovic repasa toda la carrera de una leyenda del básquet en el viejo continente. Desde su etapa como jugador, donde fue campeón del mundo con una legendaria selección yugoslava, hasta sus logros desde los banquillos de equipos como el Partizán de Belgrado, Real Madrid o Fenerbahce.

Su imagen se asocia rápidamente a su cara roja gesticulando en los tiempos muertos de los partidos, pero quienes han trabajado con él no se quedan en la superficie. Josep María Izquierdo, Jordi Villacampa, Tomás Jofresa, Pablo Laso, Joe Arlauckas, Maurizio Gherardini, Dimitrios Itoudis, Dejan Bodiroga, Sarunas Jasikevicius, Nikola Loncar o José Quintana son algunas de las voces que nos ayudan a conocerle mejor a través de sus testimonios en exclusiva.

Movistar Plus+ sigue apostando por los mejores reportajes relacionados con el mundo del deporte. Obradovic se suma a figuras como Álvaro Benito, Rafa Nadal, Carolina Marín o Saúl Craviotto en el catálogo de historias de Informe Plus+. Además, la plataforma cuenta con documentales imperdibles como Luis Enrique: no tenéis ni p*** idea, Verdeliss: 777 o Morata: no sabéis quien soy, y las mejores entrevistas de la mano de Jorge Valdano a estrellas de la talla de Kylian Mbappé, Lautaro Martínez, o Antony en 'Universo Valdano'.

Este abanico de contenidos es el complemento perfecto a un inigualable catálogo de las mejores competiciones deportivas a nivel nacional e internacional que ofrece la plataforma para disfrutar del deporte desde todas las perspectivas posibles.

elPeriódico

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 4896 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

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

21 Octubre, 2025



SERIES

Una mente brillante atrapada en su propio laberinto



Profesor T

Reino Unido, 2025
Crimen, Drama
Movistar Plus+
55 min.
(T4. 6 cap.)

"Seis meses después de la muerte de la detective Lisa Donckers, Jasper Tempest (Ben Miller), un sagaz investigador que sufre trastornos neurológicos que lo hacen ser una persona compleja y de trato difícil, sigue con su duelo y se niega a retomar su colaboración con la policía. Su terapeuta Helena Goldberg (Juliet Stevenson) intenta ayudarlo, aunque comienza a cuestionarse si es capaz de ayudarlo y a evaluar la relación que los une. Mientras, el inspector Dan Winters (Barney White), prometido de Lisa, se sumerge en la rutina del trabajo bajo la mirada de su jefa Maiya Goswami (Sunetra Sarker). La llegada de una joven agente a la comisaría supone una bocanada de aire fresco.

el Periódico de Aragón

PAÍS: España
PÁGINAS: 42
AVE: 834 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 2909
OTS: 20000
SECCIÓN: TELEVISION

21 Octubre, 2025



SERIES

Una mente brillante atrapada en su propio laberinto



Profesor T

Reino Unido, 2025
Crimen, Drama
Movistar Plus+
55 min.
(T4. 6 cap.)

"Seis meses después de la muerte de la detective Lisa Donckers, Jasper Tempest (Ben Miller), un sagaz investigador que sufre trastornos neurológicos que lo hacen ser una persona compleja y de trato difícil, sigue con su duelo y se niega a retomar su colaboración con la policía. Su terapeuta Helena Goldberg (Juliet Stevenson) intenta ayudarlo, aunque comienza a cuestionarse si es capaz de ayudarlo y a evaluar la relación que los une. Mientras, el inspector Dan Winters (Barney White), prometido de Lisa, se sumerge en la rutina del trabajo bajo la mirada de su jefa Maiya Goswami (Sunetra Sarker). La llegada de una joven agente a la comisaría supone una bocanada de aire fresco.

CÓRDOBA

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 746 €
ÁREA: 15 CM² - 12%

FRECUENCIA: Diario
DIFUSIÓN: 3243
OTS: 29000
SECCIÓN: TELEVISION

21 Octubre, 2025



SERIES

Una mente brillante atrapada en su propio laberinto



Profesor T

Reino Unido, 2025
Crimen, Drama
Movistar Plus+
55 min.
(T4. 6 cap.)

"Seis meses después de la muerte de la detective Lisa Donckers, Jasper Tempest (Ben Miller), un sagaz investigador que sufre trastornos neurológicos que lo hacen ser una persona compleja y de trato difícil, sigue con su duelo y se niega a retomar su colaboración con la policía. Su terapeuta Helena Goldberg (Juliet Stevenson) intenta ayudarlo, aunque comienza a cuestionarse si es capaz de ayudarlo y a evaluar la relación que los une. Mientras, el inspector Dan Winters (Barney White), prometido de Lisa, se sumerge en la rutina del trabajo bajo la mirada de su jefa Maiya Goswami (Sunetra Sarker). La llegada de una joven agente a la comisaría supone una bocanada de aire fresco.

El Periódico de Catalunya - Catalán

PAÍS: España
PÁGINAS: 46
AVE: 16868 €
ÁREA: 199 CM² - 43%

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

21 Octubre, 2025



SÈRIES

Una ment brillant atrapada al seu propi laberint



Sis mesos després de la mort de la detectiu Lisa Donckers, Jasper Tempest (Ben Miller), un sagaç investigador que pateix trastorns neurològics que el fan ser una persona complexa i de tracte difícil, segueix amb el seu dol i es nega a reprendre la seva col·laboració amb la policia. La seva terapeuta Helena Goldberg (Juliet Stevenson) intenta ajudar-lo, tot i que comença a qüestionar-se si és capaç d'ajudar-lo i a avaluar la relació que els uneix. Mentrestant, l'inspector Dan Winters (Barney White), promès de Lisa, se submergeix en la rutina de la feina sota la mirada de la seva cap Maiya Goswami (Sunetra Sarker). L'arribada d'una jove agent a la comissaria suposa una alenada d'aire fresc.

Profesor T

Regne Unit, 2025
Crim, Drama
Movistar Plus+
55 min.
(T4. 6 cap.)

Un llibreter detectiu a l'Anglaterra de la postguerra.

Bookish

Regne Unit, 2025
Drama, Crim
Filmin
48 min.
(T1. 6 cap.)



Londres, 1946. Gabriel Book (Mark Gatiss), un excèntric llibreter i antic espia, col·labora de forma discreta amb la policia per resoldre els casos més enigmàtics que tenen lloc en una ciutat que es recupera de la destrucció provocada per la Segona Guerra Mundial. La seva intel·ligència, la seva ironia i la seva meticulosa forma d'observar la gent el converteixen en un aliat molt valuós. L'arribada a la seva llibreria de Jack (Connor Finch), un jove exconvicte a la recerca de redempció, alterarà el delicat equilibri del lloc. Però Jack es convertirà en un ajudant eficient. A mesura que tots dos s'endinsen en una trama de misteris, comencen a sospitar que la seva trobada no va ser casual.

Màgia, amor i viatges a través del temps



Carmen Eguiluz (Angely Gaviria), una jove bruixa del segle XVII, és sentenciada a morir a la foguera per enamorar-se d'un home blanc, un amor prohibit que desafia les normes de la seva època. Abans de la seva execució, un fetiller li ofereix l'oportunitat d'escapar viatjant en el temps. En despertar a la Cartagena actual, es troba amb un món que no entén, on la màgia ha desaparegut però persisteixen l'amor, l'amistat i el desig de llibertat. Decidida a trencar la maledicció que la condemna, Carmen haurà d'enfrontar-se a vells enemics i a les ferides del seu passat. Una història sobre les segones oportunitats, que uneix fantasia, història i esperit caribeny.

Siempre Bruja

Colòmbia, 2019
Drama
Netflix
40 min.
(T1-T2. 18 cap.)

Una sèrie que combina misteri i suspens

El resort

Estats Units, 2022
Misteri, Suspens
Movistar Plus +,
Skyshowtime
35 min.
(T1. 8 cap.)



Durant unes vacances familiars en un complex de la Riviera Maya, Violet i Sam es van creuar per primera vegada. Desafortunadament, poc abans de l'arribada d'un huracà, tots dos van desaparèixer sense deixar rastre. Tot i els esforços, el seu cas no es va resoldre. Quinze anys després, Emma i Noah decideixen visitar el mateix lloc per celebrar el seu desè aniversari matrimonial, amb l'esperança de revifar la seva relació. Per casualitat, es troben amb una pista crucial sobre la parella desapareguda: el mòbil de Sam. Impulsats per la curiositat i la necessitat de respostes, s'embarquen junts en una perillosa recerca per desentrellar l'enigma.

El Confidencial

Cultura ■ Cine

CLÁSICO NACIONAL

Cumple 70 años esta emblemática película protagonizada por Lucía Bosé, y disponible en Movistar Plus+

Más que una historia de adulterio y remordimiento, la película de Bardem es un espejo moral sobre una España dividida



Parte del elenco de la película de Juan Antonio Bardem. (Movistar Plus)

Por A. R. 19/10/2025 -

Cumple setenta años una de las películas más emblemáticas del cine español. Se trata de una obra que marcó un punto de inflexión en la forma de narrar y entender la realidad social de su tiempo. Estrenada en 1955 y disponible actualmente en Movistar Plus+, sigue siendo un referente del cine de autor por su audacia formal y su mirada crítica en plena dictadura franquista.

Su vigencia y su influencia la mantienen como una pieza imprescindible dentro del patrimonio cinematográfico nacional. Muerte de un ciclista, dirigida por Juan Antonio Bardem y protagonizada por Lucía Bosé y Alberto Closas, retrata el dilema moral de una pareja de la alta sociedad madrileña, que atropella a un ciclista y huye del lugar, dando inicio a una espiral de culpa, miedo y deterioro moral.

Más allá de su argumento, la película se erige como un retrato demoledor de la hipocresía social de la época y del conflicto entre conciencia y conveniencia. Su estética sobria, el uso del silencio y la tensión contenida hicieron de Bardem uno de los grandes renovadores del cine español.

Rodada en localizaciones reales de Madrid, especialmente en la Ciudad Universitaria, la cinta supuso un desafío para la censura franquista, que la calificó solo apta para mayores de 16 años, mientras que la Iglesia la consideró "gravemente peligrosa". Sin embargo, su éxito fue inmediato: obtuvo el Premio FIPRESCI en el Festival de Cannes de 1955 y abrió las puertas a un nuevo cine español más comprometido, crítico y consciente de su contexto político y social.



Lucía Bosé y Alberto Closas, en 'Muerte de un ciclista'. (Movistar Plus)

Setenta años después, Muerte de un ciclista conserva intacta su fuerza simbólica y su capacidad de interpelar al espectador. La interpretación de Bosé, entre la frialdad y la fragilidad, y la de Closas, desgarrado por la culpa, siguen siendo lecciones de contención dramática. Más que una

historia de adulterio y remordimiento, la película de Bardem es un espejo moral sobre una España dividida, una obra que transformó para siempre la relación entre cine, sociedad y memoria.

"Apasionante": Una de las películas más aclamadas e impactantes del siglo XXI ya está disponible en Prime Video y Movistar Plus+

Si crees que esta noche puedes "pillar", te lo pensarás dos veces antes de ir a la parte trasera de un coche.

Por Jorge Fernández Mencías Publicado: 19/10/2025



En los últimos años, el cine de terror está viviendo una de las mejores épocas de su historia. Películas como 'Los pecadores', 'Nosotros', 'Weapons', 'La sustancia', con su mirada perturbadora sobre la obsesión por la juventud, y 'Longlegs', con Nicolas Cage convertido en una pesadilla satánica, ha recuperado ese apreciado equilibrio entre lo cerebral y lo visceral. De este renacimiento han surgido cineastas como Jordan Peele, Ari Aster (imprescindibles 'Hereditary' y 'Midsommar') y Robert Eggers, con películas tan estimulantes como 'La bruja', 'El faro' y 'Nosferatu'.



Ahora que se acerca el 31 de octubre y que te dispones a consultar la lista de películas para pasar una noche de terror, vamos a irnos un poquito más atrás para rescatar una imprescindible cinta de 2014 que puedes ver en Amazon Prime Video y Movistar Plus+ y que forma parte de la jugosa lista de las mejores películas de terror de la historia del cine, esa de la que también forman parte 'Scream', 'El Exorcista' o 'La noche de Halloween' del maestro John Carpenter.

Precisamente, si hay de una película de la que bebe esta inquietante fábula sobre una maldición transmitida por vía sexual es de la obra maestra del septuagenario director, autor también de la aclamada 'La cosa (El enigma de otro mundo)'. Nos referimos a 'It Follows', la película dirigida por David Robert Mitchell y protagonizada por una sobresaliente Maika Monroe que recuperó la atmósfera del terror ochentero, con el uso de sintetizadores, los planos largos sin cortes y esas miradas perdidas en el horizonte que refuerzan una sensación de amenaza imposible de ubicar, pero siempre presente.

CINE Y SERIES

La aclamada serie de Movistar Plus+ que ha encandilado a la audiencia: 'thriller' de acción con José Coronado

La ficción cuenta con dos temporada de seis capítulos cada una



'Gigantes' Movistar Plus+

Adrià Rodríguez Actualizado a 17/10/2025 21:53 CEST

Movistar Plus+ cuenta en su catálogo con una gran cantidad de series españolas de producción propia como la recién estrenada 'El Centro' y otras que han conquistado al público y a la crítica como 'La Mesías', 'Querer', 'Celeste', 'Rapa' o 'Segunda muerte'. Entre ellas también destaca 'Gigantes', una ficción no apta para menores de 18 y con dos únicas temporadas

En 'Gigantes', Isak Férriz, Daniel Grao y Carlos Librado 'Nene' dan vida a los tres hermanos Guerrero, criados a la sombra de un padre cruel interpretado por José Coronado. Elisabet Gelabert, Yolanda Torosio, Antonio Dechent, Juana Acosta, Daniel Holguín, Roberto Enríquez o Sofía Oria, entre otros, completan el amplio reparto de la serie. En la segunda temporada de la ficción, 'Gigantes' incorpora a Juana Acosta, Xenia Tostado, Ariana Martínez y Óscar Higares.

Sinopsis de 'Gigantes'

Los hermanos Guerrero heredaron el control total de la entrada de la cocaína en Europa a través de España de su todopoderoso padre, Abraham. Él les enseñó a dominar al prójimo y a ejercer el poder que otorgan el dinero y la violencia. Juntos eliminaron a las familias rivales y les humillaron obligándoles a abandonar su ciudad. Ahora se enfrentan a uno de los momentos más cruciales de su historia. El hermano mayor, Daniel, sale de la cárcel después de quince años con ganas de recuperar su lugar en la familia.



'Gigantes' Movistar Plus+

El peor enemigo de los hermanos lo encontrarán en casa, en ellos mismos. La educación que les dio su padre para que se pelearan como una jauría de perros para sobrevivir, sin importarles los medios, sin límites morales, como gigantes. Una guerra fraternal que llegará hasta las últimas consecuencias y que quizá se convierta en la oportunidad que espera Ángela Márquez, una policía obsesionada con detener al clan de los Guerrero.

Los estrenos de Movistar Plus+

Además de 'El Centro', estrenada hace una semana en la plataforma de 'streaming', Movistar Plus+ tiene programados otros grandes estrenos. El próximo 20 de noviembre llegará 'Anatomía de un instante', la serie basada en el golpe de Estado del 23F. Por su parte, 'Silencio', la nueva ficción creada y dirigida por Eduardo Casanova, se estrenará el 1 de diciembre.

10 años ok diario

TELEVISIÓN, CINE Y SERIES

ESPAÑA ECONOMÍA DEPORTES INVESTIGACIÓN LOOK COOL OPINIÓN SOCIEDAD DIARIO MADRIDISTA

Si estás enganchado a 'Poquita fe' tienes que ver sí o sí 'Vergüenza' en Movistar: para no parar de reír

Protagonizada por Javier Gutiérrez, la ficción creada por Juan Cavestany envejece como el mejor de los vinos



'Vergüenza' (Movistar Plus).

Francisco-Eme @eme_francisco 18/10/2025

La llegada de las plataformas de streaming podría haber socavado en cierta medida, las series españolas. Pero nada más lejos de la realidad, el audiovisual español de la pequeña pantalla está viviendo una época dorada inmejorable. Patria, Antidisturbios, Querer...cada año el terreno ficcional patrio tiene mejores representantes en cada género. En este 2025 por ejemplo, el campo de la comedia está de enhorabuena, gracias en parte a la segunda temporada de Poquita fe. Sin embargo, si los espectadores buscan reírse de verdad con una historia repleta de miseria y rutina costumbrista, no pueden perderse Vergüenza de Movistar Plus.



'Vergüenza' (Movistar Plus).

Creada por Juan Cavestany y Álvaro Fernández Armero en 2017, la primera temporada de Vergüenza pasó un tanto desapercibida en Movistar Plus. No obstante, el circuito de premios no dejó pasar la oportunidad de encumbrar esta dramedia repleta de secuencias desternillantes, obteniendo cuatro Premios Feroz en 2018. Incluyendo el de mejor comedia por delante de otras apuestas como Allí abajo o El fin de la comedia de Ignatius Farray. La serie llegó a contar con tres temporadas y a día de hoy, es de las pocas que mantienen una unanimidad positiva por parte de la crítica especializada.



'Vergüenza' (Movistar Plus).

Buena parte de la responsabilidad de sus momentos hilarantes son responsabilidad del guion elaborado por Cavestany y Fernández Armero. Ambos son escritores con experiencia tanto en la escritura como la dirección del género. Cavestany fue después uno de los creadores de Vota Juan y posteriormente trabajo en el libreto de la también divertidísima Me gusta conducir. Armero por su parte, es el responsable de películas como Si yo fuera rico y Las ovejas no pierden el tren. Ahora bien, ¿de qué trata Vergüenza y por qué es una de las ficciones mejor valoradas de Movistar Plus?



'Vergüenza' (Movistar Plus).

'Vergüenza': una de las mejores series de Movistar

La sinopsis oficial de Vergüenza es la siguiente: «Jesús y María son una pareja en decadencia. Él se dedica a fotografiar bodas y bautizos, bajo una pretensión de que podría hacer algo mucho más artístico. Ella, bajo una precaria situación laboral, no parece poder alcanzar las metas que se marcó cuando era joven. Abocados siempre a hacer el ridículo en cualquier reunión o encuentro con amigos y familiares...¿pueden sobreponerse a la vergüenza ajena que se dan el uno al otro y que le dan a los demás?».

Si hemos destacado la labor de Castevany y Armero en lo literario, Vergüenza no tendría sentido tampoco sin el alma de sus personajes, encarnados a la perfección por sus dos grandes protagonistas; Javier Gutiérrez y Malena Alterio. Vito Sanz, Miguel Rellán, Lola Casamayor, Ángeles Páez, Marta Nieto, Pol López, Jaime Zatarain e Itsaso Arana conforman el resto del elenco secundario.

El humor en lo anodino

Tal y como sucede en las dos primeras temporadas de Poquita fe, Vergüenza bebe durante todo su recorrido narrativo del humor de lo anodino, bajo un punto de partida quizás menos simpático que el de Berta y Jose Ramón.



'Vergüenza' (Movistar Plus).

En definitiva, la historia protagonizada por Gutiérrez y Alterio maneja un tono diferente a lo que el humor español televisivo nos tiene acostumbrados. Atrevida, original, provocadora, incómoda...lo realmente vergonzoso es no haberla visto todavía.